

**STRATEGI *CREATIVE ASSISTANT* BHARATA RADIO MAKASSAR DALAM  
MENINGKATKAN KUALITAS PROGRAM SARAPAN PAGI**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
**ALAUDDIN**  
M A K A S S A R

Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memeroleh  
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Alauddin Makassar

Oleh:

**NUR ANISAH**  
**NIM. 50100114046**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN  
MAKASSAR  
2018**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Anisah  
NIM : 50100114046  
Tempat Tanggal Lahir : Kendari, 2 Mei 1995  
Jur/Prodi/Konsentrasi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas/Program : Dakwah dan Komunikasi  
Alamat : Jln. H. Muh. Yasin Limpo Samata Gowa  
Judul : Strategi *Creative Assistant* Bharata Radio Makassar  
dalam Meningkatkan Kualitas Program sarapan Pagi

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

Samata-Gowa, 18 Juli 2018

ALA UDDIN  
MAKASSAR

Penulis



Nur Anisah  
NIM. 50100114046

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Strategi *Creative Assistant* Bharata Radio Makassar Dalam Meningkatkan Kualitas Program Sarapan Pagi”, yang disusun oleh Nur Anisah, NIM: 50100114046, Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang *munaqasyah* yang diselenggarakan pada hari Rabu, 18 Juli 2018, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dengan beberapa perbaikan.

Samata-Gowa, 18 Juli 2018 M.

5 Dzulqo’dah 1439 H.

### DEWAN PENGUJI

Ketua	: Dra. Asni Djamereng, M.Si
Sekretaris	: Drs. Syam’un, M.Pd., M.M.
Pembimbing I	: Dr. Irwanti Said, M.Pd
Pembimbing II	: Andi Muh. Idham, S.Sos., M.I.Kom
Munaqisy I	: Dr. H. Kamaluddin Tajibu, M.Si
Munaqisy II	: Andi Muh. Fadli, S.Sos., M.Pd

Mengetahui:  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Alauddin Makassar,

Dr. H. Abd. Rasyid Masri, S.Ag., M.Pd., M.Si., M.M.  
NIP. 19690827 199603 1 004

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah dilakukan perbaikan sesuai dengan saran dan kritikan dengan pembimbing dan penguji pada saat seminar hasil tanggal 05 Juni 2018.

No	Nama Pembimbing/Penguji	Tanda Tangan	
1	Dr. H. Kamaluddin Tajibu, M.Si	1.	
2	Andi Muh. Fadli, S.Sos., M.Pd	2	
3	Dr. Irwanti Said, M.Pd	3	
4	Andi Muhammad Idham, S.Sos., MM., M.I.Kom	4	

Dengan demikian, skripsi ini telah disetujui untuk dilanjutkan ke ujian *Munaqasyah*.

Samata-Gowa, Juli 2018

Ketua Jurusan KPI,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

**ALA UDDIN**  
M A K A S S A R

Dr. H. Kamaluddin Tajibu, M.Si  
NIP. 19720912 200901 1 009

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul: *Strategi Creative Assistant Bharata Radio Dalam Meningkatkan Kualitas Program Sarapan Pagi*. Shalawat dan taslim semoga selalu tercurah kepada suri tauladan kita pada segala aspek kehidupan yakni Rasulullah Muhammad Saw.

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar. Dalam proses penyelesaian ini, penulis mendapat dukungan, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materil. Karenanya, dari lubuk hati yang paling dalam penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua tercinta: H.Mansyur dan Hj. Hasna, yang telah melimpahkan segala kasih sayang yang tiada akhir, atas pengorbanannya tiada pamrih, nasihat dan do'anya yang berguna untuk memotivasi penulis dalam menyusun skripsi ini segera selesai, dan juga dengan tulus penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor UIN Alauddin Makassar, Prof. Dr. H. Musafir Pababbari, M.Si, beserta wakil rektor I, Prof. Dr. H. Mardan, M.Ag., wakil rektor II, Prof. Dr. H. Lomba

Sultan, M.A., wakil rektor III, Prof. Dr. St. Aisyah Kara, M.A., P.Hd., yang telah menyediakan fasilitas belajar sehingga penulis dapat mengikuti kuliah dengan baik.

2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Dr. H. Abd. Rasyid Masri, S.Ag.,M.Pd.,M.Si.,M.M, beserta Wakil Dekan I Bidang Akademik Dr. H. Misbahuddin, M.Ag, dan Wakil Dekan II Bidang Administrasi Dr. Mahmuddin, M.Ag, dan Wakil Dekan III Dr. Nursyamsiah, M.Pd. yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di Fakultas Dakwah & Komunikasi.
3. Ketua dan Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Dr. H. Kamaluddin Tajibu, M.Si dan Dra. Asni Djamereng, M.Si, atas ketulusannya selama ini dalam membimbing dan telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan motivasi selama penulis menempuh kuliah, baik itu berupa ilmu, nasehat, serta pelayanan sampai penulis dapat menyelesaikan kuliah.
4. Dewan Pembimbing, Dr. Irwanti Said, M. Pd dan Andi Muh. Idham, S.Sos., M.M., M.I.Kom, selaku pembimbing I dan II yang telah meluangkan banyak waktu untuk memberikan arahan dan bimbingannya selama ini.
5. Dewan penguji, Dr. H. Kamaluddin Tajibu, M.Si dan Andi Muh. Fadli, S.Sos., M.Pd yang telah memberikan koreksi dan masukannya dalam perbaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen, bagian tata usaha, umum dan akademik, bersama staf pegawai Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah memberikan bekal ilmu, bimbingan,

arahan, motivasi, dan pelayanan administrasi selama penulis menempuh pendidikan di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

7. Kepala perpustakaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, beserta staf pegawai yang telah banyak membantu penulis dalam mengatasi kekurangan buku pada penulisan skripsi.
8. Pimpinan/direktur beserta crew Bharata Radio Makassar yang telah membantu penulis dalam proses penulisan serta kelengkapan data penulis dalam penyelesaian skripsi.
9. Kepada seluruh Keluarga Besar Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Komunitas I-brand, KPI 14, KPI B 14 atas semangat, doa dan dukungannya hingga selesainya skripsi ini.
10. Saudara penulis, Fajriani, Miftahul jannah, dan Zuhriyyah hanifah atas segala masukan, arahan, motivasi yang sangat berpengaruh dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Sahabat seperjuangan penulis Ukhty Mahbubaty, Nur Hijriah Rusdi, Rafika Mustaqimah Wardah, Salfika Lestari, Selfiana dan Besse Helmia yang senantiasa membantu, menyemangati dan selalu ada saat suka dan duka selama duduk dibangku perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
12. Direktur, Syiar family serta seluruh crew Radio Syiar FM yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu namanya yang sangat berpengaruh dan selalu menghibur dalam proses menggarap skripsi.

13. Ukhty Ponfar, Sri Mustikap, Sali S.Hum, Andi Tri Resty, Tria Nur Rahmah, Fiyula El-Syarah, Raudhotul Jannah, Nur fatatun, Firdayanti, Sri Wulandari, St. Mukarrama, Ninie Fathriani, Rezki Nur Fauziah dan Ulfa auliyanti Anton yang telah menjadi teman hidup dan berbagi selama kurang lebih 4 tahun di pondok faris.
14. Nur Hijriah Rusdi, telah menjadi teman diskusi, sharing, pendengar yang baik, selalu memotivasi dan mendengar keluh kesah penulis selama proses menggarap skripsi hingga terselesaikannya skripsi ini.
15. Teman-teman KKN angkatan 57 Saribattang squad, Rizki Djunaid, Marwa Asram, Rina Yanti arifin, Nirwana Ningsih, Nuraeni, Nurti Ningsih, Muh. Ikhsan Ilham, Mustawan, Hijas wahyudin, Muh. Rais dan Muh. Risaldi Nur yang telah mendukung dan menjadi teman berbagi cerita dan pengalaman selama 2 bulan dan juga memotivasi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhirnya, penulis menghaturkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu atas segala partisipasi baik materil maupun moril selama proses penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan.

Karena sesungguhnya penulis hanyalah manusia biasa yang tak luput dari kesalahan. Saran dan kritik yang sifatnya konstruktif, sangat diharapkan oleh penulis. Atas perhatiannya dan pemaklumannya, penulis ucapkan banyak terima kasih.



*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi wabarakatuh*

Samata-Gowa, Jumat 1 Juni 2018

Penulis



## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	x
ABSTRAK .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian Dan Deskripsi Fokus .....	12
C. Rumusan Masalah .....	13
D. Kajian Pustaka .....	13
E. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian .....	16
BAB II TINJAUAN TEORETIS .....	17
A. Komunikasi Massa .....	17
B. Media .....	20
C. Radio .....	23
D. Program Radio .....	24
E. <i>Creative Assistant</i> .....	27
F. Kualitas Program.....	29
BAB III METODE PENELITIAN .....	30
A. Jenis Dan Lokasi Penelitian .....	30
B. Pendekatan Penelitian .....	30
C. Sumber Data .....	31
D. Metode Pengumpulan Data .....	31
E. Instrumen Penelitian .....	32

F. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data .....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN .....	34
A. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....	34
1. Sejarah Bharata Radio Makassar .....	34
2. Visi dan Misi Bharata Radio Makassar .....	35
3. Sarana dan Prasarana .....	35
4. Khalayak Sasaran .....	35
5. Format Siaran Bharata Radio Makassar .....	37
6. Deskripsi Program Bharata Radio Makassar .....	39
7. Deskripsi Insert Bharata Radio Makassar .....	44
8. Deskripsi Segmen Bharata Radio Makassar .....	45
9. <i>Job Desk All Department</i> .....	49
B. STRATEGI KREATIF DALAM UPAYA MENINGKATKAN KUALITAS PROGRAM SARAPAN PAGI.....	54
1. <i>Creative Assistant (CA)</i> .....	56
2. Penyiar .....	57
3. <i>Teamwork</i> .....	59
4. Evaluasi .....	60
5. Format Acara .....	61
6. <i>Punching Line</i> .....	64
7. Musik .....	65
8. <i>Tune and Bumper</i> .....	66
9. Interaktif Program .....	67
10. Penyimpanan sumber-sumber program .....	68
11. Daya Penarik Massa.....	68
C. TANGGAPAN PENDENGAR TERHADAP PROGRAM SARAPAN PAGI BHARATA RADIO.....	71

BAB V PENUTUP .....	73
A. Kesimpulan .....	73
B. Implikasi Penelitian .....	74
DAFTAR PUSTAKA .....	75
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



## ABSTRAK

**Nama : Nur Anisah**  
**NIM : 50100114046**  
**Judul : Strategi *Creative Assistant* Bharata Radio Makassar Dalam Meningkatkan Kualitas Program Sarapan Pagi**

---

Penelitian ini berjudul Strategi *Creative Assistant* Bharata Radio Makassar dalam Meningkatkan Kualitas Program Sarapan Pagi. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi atau trik- trik yang diterapkan oleh *Creative Assistant* dalam meningkatkan kualitas program sarapan pagi.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, dengan metode deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan penulis melalui tiga tahap, yakni reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada beberapa strategi atau trik-trik yang diterapkan oleh *Creative Assistant* dalam meningkatkan kualitas program sarapan pagi, diantaranya pengadaan evaluasi, SDM (penyiar), teamwork, pemilihan *Creative Assistant* (CA), format acara, *tune & bumper*, musik, interaktif program, punching line, penyimpanan sumber-sumber program dan daya penarik massa. Penerapan strategi tersebut tidaklah mudah, tentu terdapat beberapa hambatan-hambatan, tetapi disinilah peran penting tim-tim kreatif dibalik suatu program, bagaimana menjadikan suatu hambatan adalah peluang untuk meningkatkan kualitas program sarapan pagi, dan juga tidak lepas dari dukungan para pihak-pihak terkait seperti Produser, *Program Director* (PD) dan juga *Music Director* (MD)

Penelitian ini memiliki implikasi teoritis yaitu mampu memberi pemahaman tentang strategi ataupun trik kreatif dalam meningkatkan kualitas program, dan juga mampu menggambarkan program-program ataupun segmen-segmen yang kreatif pada stasiun radio. Selain itu implikasi praktis hasil penelitian ini sebagai bahan informasi, acuan dan referensi penelitian yang berkaitan, sebagai ragam penelitian antara ilmu komunikasi dan dakwah serta referensi bagi siapa yang ingin mendirikan suatu stasiun radio penyiaran.

**Keyword : Strategi, *Creative Assistant*, Kualitas Program**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### ***A. Latar Belakang Masalah***

Laju perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era globalisasi sekarang ini sangatlah berpengaruh terhadap aspek-aspek kehidupan masyarakat baik berbangsa maupun beragama. Informasi merupakan kebutuhan yang penting bagi kehidupan manusia, setiap individu membutuhkan informasi guna menambah wawasan. Informasi biasanya diperoleh dari media massa salah satunya adalah radio. Menghadapi persaingan globalisasi para pengelola radio dihadapkan dengan dua pilihan, eksis ataupun tersingkir.

Komunikasi memegang peranan penting dalam kaitannya dengan pembentukan masyarakat. Dalam fenomena ini, manusia terlibat dalam kegiatan komunikasi dalam kehidupan sosial. Secara etimologis komunikasi dipelajari menurut asal-usul kata, yaitu komunikasi berasal dari bahasa latin “*communicatio*” dan perkataan ini bersumber dari kata “*comminis*” yang berarti sama makna mengenai sesuatu hal yang dikomunikasikan. Secara terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain, dan ditinjau secara paradigmatis, komunikasi berarti pola yang meliputi sejumlah komponen berkorelasi satu sama lain secara fungsional untuk mencapai suatu tujuan tertentu, seperti halnya pemberitaan surat kabar, majalah, penyiaran radio dan televisi (Suprpto, 2009: hal.7).

Komunikasi massa juga sama halnya proses penyampaian informasi, ide dan sikap dari seseorang kepada banyak orang, biasanya dengan menggunakan mesin atau media yang diklasifikasikan ke dalam media massa, seperti radio, televisi, surat kabar, majalah dan film (Suprpto, 2009: hal.17).

Ada beberapa era yang dapat dijadikan dasar pijakan untuk melihat sejarah perkembangan komunikasi massa. Setidaknya ada lima revolusi komunikasi massa, *pertama* zaman penggunaan tanda dan isyarat sebagai alat komunikasi, *kedua* zaman digunakannya percakapan dan bahasa sebagai alat berkomunikasi, *ketiga* zaman digunakannya tulisan sebagai alat komunikasi, *keempat* zaman digunakannya media cetak sebagai alat komunikasi dan *kelima* zaman digunakannya media massa sebagai alat komunikasi (Hidayat, 2014: hal.40).

Zaman tanda dan isyarat merupakan era yang paling awal dalam sejarah perkembangan manusia dan muncul jauh sebelum nenek moyang manusia dapat berjalan tegak. Dalam berkomunikasi satu sama lain, peran insting sangatlah penting, proses komunikasi manusia lebih berdasarkan insting dibanding rasionya. Pada era ini peran indra pendengar menjadi sangat penting dalam melakukan proses komunikasi. Jadi, keadaan fisik yang dimiliki menjadi faktor penting dalam berkomunikasi. Tingkat perkembangan kehidupan manusia, era ini sudah memberikan pemahaman pada kita bahwa komunikasi yang diijalankan baru berupa suatu tanda serta sinyal tangan serta tidak tergantung dengan kata-kata, dari hal diatas terbukti di era ini komunikasi massa masih tergolong rendah dan lemah (Hidayat, 2014: hal.42).

Berbeda pada era percakapan atau berbahasa, pada era ini ditandai dengan lahirnya embrio kemampuan untuk berbicara dan berbahasa secara terbata-bata dalam kelompok masyarakat tertentu. Bahasa secara lengkap digunakan kira-kira 35.000 tahun SM. Kemampuan yang dimiliki manusia pada era ini memang tidak menyebabkan perubahan yang besar, tetapi secara pasti sangat memungkinkan peradaban mereka bergerak maju dengan pasti (Hidayat, 2014: hal.45).

Sampailah manusia ke zaman tulisan, artinya komunikasi yang dilakukan tidak lagi mengandalkan lisan, tetapi tertulis, meskipun ini bukan berarti mereka tak lagi menggunakan komunikasi lisan, tetap menggunakan bahasa lisan tetapi didukung pula oleh bahasa tulis, dimana era ini juga dapat disebut proses awal usaha manusia dalam merekam informasi dengan melukiskan atau menggambarkan gagasannya. Gagasan yang dibuat, direkam, dilipatgandakan dan digambar serta diwariskan pada generasi selanjutnya. Fenomena ini menjadi zaman digunakannya mesin cetak sebagai alat komunikasi (Hidayat. 2014: hal.53-54).

Lepas dari zaman tulisan, salah satu penyempurnaan paling besar dari perkembangan komunikasi manusia adalah ditemukannya cetakan. Walaupun hal demikian merupakan perkembangan bagus dalam dunia tulisan, proses tersebut sering tidak lepas dari kesalahan. Cetakan membawa perubahan yang drastis, hal penting yang mengikuti era ini adalah penggunaan kertas sebagai bahan untuk merekam tulisan. Pada akhir abad ke-19 menjadi jelas munculnya beberapa bentuk media cetak seperti surat kabar, buku dan majalah yang digunakan secara luas oleh masyarakat. Media tersebut mewakili bentuk baru komunikasi, tidak hanya pola



interaksi didalam komunitas dan masyarakat, tetapi juga pandangan psikologis (Hidayat, 2014: hal.59).

Kemunculan media cetak, langkah aktivitas komunikasi mulai menanjak cepat. Apalagi dengan penemuan telegraf, semua itu menjadi kenyataan. Walaupun bukan sebagai media massa komunikasi, peralatan ini menjadi elemen penting bagi akumulasi teknologi yang akhirnya akan mengarahkan masyarakat memasuki era media massa elektronik (Hidayat, 2014: hal. 60).

Abad komunikasi massa dipaksa berkembang lebih cepat lagi dengan munculnya internet sebagai bagian dari media massa. Internet telah mampu mengatasi ruang dan waktu proses penyebaran informasi didunia, apalagi internet diintegrasikan dengan media massa lain seperti televisi, radio dan media cetak, bahkan media massa selain internet itu pada akhirnya membutuhkan internet sebagai alat penyebar informasi pula.

Penjabaran di atas mengenai siklus perkembangan komunikasi massa yang berubah dari zaman ke zaman, bahkan dijelaskan pula berkomunikasi dengan menggunakan alat yang dikategorikan sederhana dan bersifat lemah layaknya menggunakan isyarat dan tanda hingga bersifat modern menggunakan internet yang diadaptasikan keberbagai macam komunikasi massa seperti televisi dan radio.

Media massa di Indonesia telah berubah secara drastis. Media cetak yang kuat berkembang dan menjadi induk dari lahirnya grup media cetak. Sementara itu, asumsi peneliti melihat bahwa media elektronik berkembang lebih cepat lagi dan menjadi industri yang menggiurkan bagi para pemilik modal karena melimpahnya iklan yang

masuk ke media elektronik terkhusus media televisi yang dimiliki oleh perusahaan swasta.

Isi media massa yaitu berita, opini, dan feature. Pengaruhnya dalam membentuk opini publik disebut "*The Four Estate* ( Muhtadi, 1998: hal.78). Sebagai individu, masyarakat banyak dipengaruhi oleh media. Misalnya, media membujuk masyarakat untuk percaya akan ideologi dan politik baru, media membujuk kita untuk memperoleh barang baru, mengubah atau meninggalkan selera kebudayaan kita, mengubah pola-pola rekreasi, keluarga dan membujuk kita agar menerima suatu pembaruan (Suprpto, 2009: hal.20).

Saat ini kita hidup dalam masyarakat yang terus berubah. Kadang-kadang sulit untuk membedakan yang mana perubahan penting diantara banyak perubahan yang telah terjadi. Apalagi saat ini, telah muncul komunikasi dengan memakai satelit. Acara yang disiarkan oleh media elektronik misalnya tidak lagi direkam, tetapi banyak yang disiarkan secara langsung.

Pengaruh media tersebut banyak kaitannya dengan aspek-aspek lain, seperti sifat komunikator, struktur, isi media atau sifat khalayak. Persoalannya adalah sampai seberapa jauh aspek-aspek ini turut berperan dalam menentukan tanggapan masyarakat yang berhadapan dengan media (Suprpto, 2009: hal.22).

Mengingat laju perkembangan media yang semakin pesat, begitupula persaingan dibidang penyiaran yang makin ketat, salah satunya yaitu penyiaran radio, maka setiap lembaga penyiaran harus memfokuskan investasi mereka pada peningkatan kualitas SDM yang dimilikinya. Mengelola lembaga penyiaran radio

bukan lagi sekedar hobi, tapi merupakan sebuah industri yang harus dikelola secara profesional. Berkaitan dengan peningkatan SDM, beberapa aspek yang perlu diperhatikan oleh pengelola lembaga penyiaran radio adalah pengetahuan tentang *recruitment* dan kriterianya, alur seleksi, orientasi yang mempengaruhi penyusunan struktur organisasi (Akil, 2009: hal. 68-69).

Pada awal tahun 1950-an radio telah mengalami perkembangan pesat di Amerika. Radio berkembang lebih cepat dengan melakukan perubahan yang kian meningkat dalam bentuk radio kamar tidur dan dapur dengan didukung pertumbuhan sejumlah menara pemancar. Media massa menjadi satu hal penting dan menjadi bagian dalam kehidupan modern ini (Hidayat, 2014: 75).

Tingkat persaingan stasiun radio di kota-kota besar cukup tinggi dalam merebut perhatian masyarakat. Program radio harus dikemas sedemikian rupa agar menarik perhatian orang dan mendapatkan banyak pendengar. Jumlah stasiun radio yang semakin banyak, mengharuskan pengelola stasiun membidik dengan teliti segmentasi programnya. Setiap produksi program harus mengacu pada kebutuhan pendengar yang menjadi target stasiun radio tersebut.

Dalam proses komunikasi sosial, peran ideal radio sebagai media adalah mewadahi sebanyak mungkin kebutuhan dan kepentingan pendengarnya, Ada tiga bentuk kebutuhan, yaitu informasi, pendidikan dan hiburan (Masduki, 2001, hal.2).

Manusia tidak akan lepas dari proses komunikasi dan tiga elemen tersebut, pertukaran informasi akan dan harus dilakukan secara terus-menerus agar kehidupan tetap seimbang. Melalui radio, manusia mampu menerima dan menyampaikan pesan,

baik berupa berita sebagai informasi, lagu sebagai hiburan maupun dalam bentuk lainnya.

Penyiaran radio lebih mengedepankan program yang menarik dengan memadukan berbagai unsur audio seperti lagu, kata, *backsound*, *sound effect* dan suara penyiar, sehingga dapat menghasilkan program berkualitas yang dapat mempertahankan, meningkatkan dan menarik minat pendengar.

Demikian pula komunikasi melalui radio siaran, pesan dalam komunikasi tersebut meliputi semua yang disampaikan disiarkan itu, baik itu berupa lagu-lagu, bentuk kata-kata dalam siaran, sumber (*source*), penulis naskah sandiwar radio (apabila pesan disampaikan dalam bentuk sandiwar radio), dan tentu saja para pemain, penghias musik, sutradara, ataupun perekam sandiwar radio, komunikasi adalah siapa saja yang mendengar siaran radio, kemudian saluran dari komunikasi itu adalah gelombang radio yang digunakan untuk menyampaikan pesan siaran radio tersebut, bahkan ucapan seorang penyiar haruslah mudah dipahami dan dimengerti oleh pendengarnya (Suprpto, 2009: hal.10).

Penggunaan bahasa dan kata yang mudah dipahami dan dimengerti juga telah dijelaskan didalam Q.S Al-Isra': 28 yang berbunyi:

وَإِذَا تَعَرَّضْنَهُمْ أَبْتَغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا

Terjemahannya:

“Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang mudah”.

Tafsiran ayat di atas menjelaskan dalam kondisi apapun seorang umat ketika engkau akan membantu setelah berusaha dan berhasil untuk memperoleh rahmat dari Tuhan Pemelihara dan selama ini selalu berbuat baik kepadamu, *maka katakanlah kepada mereka ucapan yang mudah* yang tidak menyinggung perasaan dan yang melahirkan harapan ataupun optimisme (Shihab, 2002: hal.24)

Sementara ulama berpendapat bahwa ayat ini turun ketika Nabi SAW atau kaum muslimin menghindari dari orang yang meminta bantuan karena merasa malu tidak dapat memberinya. Allah SWT memberi tuntunan yang lebih baik melalui ayat ini, yakni menghadapinya dengan menyampaikan kata-kata yang baik dan mudah dimengerti serta harapan memenuhi keinginan peminta dimasa yang akan datang (Shihab, 2002: hal.25)

*Qaulan maysura* dari ayat di atas merupakan salah satu etika komunikasi dalam islam dalam artian ucapan yang mudah, mudah dipahami, mudah dicerna oleh komunikan, makna lainnya juga bisa kata-kata yang sopan dan menyenangkan (Amir, 1999: hal.30). Jadi ayat ini berlaku untuk umum pada setiap perkataan maupun perbuatan.

Penyiaran radio bersifat komunikasi massa, artinya komunikasi yang dilakukan pada penyiaran radio ditujukan kepada khalayak atau pendengar yang tersebar heterogen dan anonim melalui media elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Unsur komunikasi massa diantaranya radio dan televisi, yang membedakan adalah radio bersifat audio sedangkan televisi bersifat audio visual ( Devinto, 1990: hal.18).

Orang yang cenderung suka sesuatu, maka minatnya akan tumbuh untuk menyukai hal tersebut. Sama halnya sebuah stasiun radio atau televisi, orang mempunyai minat pada program yang disajikan oleh media tersebut. Dalam dunia penyiaran meningkatkan minat pemirsa atau pendengar sangat penting, karena minat tersebut akan menjadikan sebuah media berkembang dan meningkat mengikuti zaman ke zaman.

Orientasi suatu stasiun radio sangat ditentukan oleh visi dan misi serta ideologi yang dianut radio tersebut. Kemajuan peningkatan serta eksisnya suatu radio sangat ditentukan oleh pola penyebaran informasi yang benar-benar berimbang dalam upaya menjadi sumber kekuatan. (Muhtadi, 1998: hal.78)

Perkembangan pesat seiring majunya teknologi, industri radio di Sulawesi Selatan pun turut berkembang. Namun seiring perkembangannya itulah yang harus diketahui apakah industri radio saat ini meningkat atau menurun. Mengelola bisnis penyiaran, salah satunya radio merupakan salah satu bisnis yang paling sulit dan paling menantang dibandingkan dengan jenis industri lainnya. Mengelola radio pada dasarnya mengelola manusia. Keberhasilan industri radio sejatinya ditopang oleh kreativitas manusia yang bekerja pada tiga pilar utama yang merupakan fungsi vital yang dimiliki setiap media penyiaran yaitu teknik, program dan pemasaran (Destivani, 2014: hal.4).

Asumsi peneliti menemukan bahwa beberapa industri radio di Sulawesi Selatan kini mulai meredup perlu diketahui, masalah yang menyebabkan hal tersebut bisa terjadi. Tetapi, ada pula yang mengalami peningkatan dan bertahan seperti halnya Radio Venus, Radio Gamasi, Delta FM, I-Radio dan Telstar Radio. Radio yang memiliki pemasukan iklan yang sedikit akan kesulitan mempertahankan eksistensi radio tersebut, hal ini juga merupakan masalah untuk perkembangan industri radio sehingga perlu diketahui penyebabnya.

Bharata Radio adalah salah satu radio swasta yang ada di Sulawesi Selatan, di bawah manajemen baru, Bharata Radio menjelma menjadi mode radio dengan tren modern yang penuh inovasi. Hadirnya Bharata Radio kembali ke jagad industri media elektronik di Makassar, menjadi sinyal bahwa media audio masih bisa menjadi lahan investasi yang menarik dan menguntungkan serta masih ada peminatnya.

Bharata Radio menyajikan beberapa program. “Sarapan Pagi” adalah program Bharata Radio dipagi hari dengan durasi 4 jam yang dibawakan oleh 2 penyiar cowok dan cewek dengan menyiarkan berbagai segmen, informasi dan insert. *Ibasse* (Inspirasi Bisnis dan Promosi Usaha Anda) program bisnis Bharata Radio yang diperuntukkan untuk pelanggan kolom iklan baris Harian Amanah. *Bharata Special Choice* program request Bharata Radio. *Bharata Daylist* program berisi informasi terbaru dan menarik yang dikemas singkat. Super Sore adalah program yang sama halnya dengan program “Sarapan Pagi” membahas segment dan memutar insert hanya saja yang membedakan adalah waktunya.

Program diatas adalah beberapa dari sekian banyak program yang disiarkan oleh Bharata Radio, dan yang menjadi program *prime time* yaitu program “Sarapan Pagi” dan Super Sore. Masuk dalam kategori *prime time* karena kedua program tersebut mengusung konten segmen yang menginspirasi dengan menampilkan sosok modern, dan program *prime time* berisi tentang segmen dan insert yang menjadi jualan tim sales dan marcomm Bharata Radio.

Program “Sarapan Pagi” yang difokuskan penulis sebagai bahan penelitian mempunyai beberapa segmen yang disajikan oleh pendengarnya. Observasi awal penulis, Bharata Radio menyajikan segmen-segmen yang menginspirasi dan berbeda ditiap harinya, tetapi di samping kreativitas segmen yang disajikan tidak jarang para pendengarnya yang kurang partisipasi baik secara aktif maupun pasif. Maka disinilah letak permasalahan yang akan dikaji oleh penulis terkait segmen-segmen yang ada diprogram “Sarapan Pagi”, kurangnya partisipasi para pendengar pada segmen-segmen tersebut, bahkan terkadang harus adanya unsur kesengajaan (*setting*) pada segmen-segmen tersebut. Program ini merupakan kategori *prime time* dimana pada program *prime time* banyaknya pendengar aktif dibandingkan pendengar pasif.

Menghadapi permasalahan ini, tentu pihak *Creative Assistant* harus memiliki strategi-strategi kreatif atau terobosan-terobosan baru yang menarik dalam mengelola minat masyarakat. Hal inilah yang menjadi alasan penting bagi penulis untuk mengkaji lebih dalam dan dapat diteruskan dalam bentuk skripsi.



## ***B. Fokus Penelitian dan Deskripsi fokus***

### **1. Fokus Penelitian**

Penelitian ini terfokus pada satu permasalahan maka penulis membatasi penelitian ini pada strategi *Creative Assistant* Bharata Radio dalam meningkatkan kualitas program “Sarapan Pagi” yang dibatasi pada segmen-segmen program tersebut.

### **2. Deskripsi Fokus**

Menghindari kesalahpahaman dalam menginterpretasikan fokus penelitian ini sekaligus memudahkan pemahaman dan menyamakan persepsi antara pembaca dan penulis, maka penulis akan mendeskripsikan fokus penelitian sebagai berikut:

- a. Strategi, maksud dari strategi adalah seorang *Creative Assistant* memiliki strategi-strategi kreatif bahkan terobosan baru yang menarik dan dapat meningkatkan minat pendengarnya sehingga mendapatkan langkah-langkah atau solusi dari permasalahan yang ada.
- b. Peningkatan kualitas, yaitu menciptakan terobosan baru pada program tersebut terkhusus pada segmen-segmen program, perlunya seorang *Creative Assistant* mengimplementasikan kepada program sehingga minat dengar masyarakat semakin meningkat.
- c. Program “Sarapan Pagi”, adalah program *prime time* dengan dibawakan oleh dua penyiar pria dan wanita. Durasi mencapai empat jam dengan menyiarkan berbagai segment dan insert. “Sarapan Pagi” menyajikan hiburan tidak hanya dari kontennya tetapi juga dari kepiawaian kedua penyiarinya. Obrolan seputar topik

tentang keseharian masyarakat khususnya warga makassar diangkat di udara dengan konsep berbeda dengan siaran yang lain. Pemilihan narasumber pun disesuaikan dengan target *audience* Bharata Radio.

Segmen-segmen “Sarapan Pagi”, Senin: Nyantol (nyanyi ditodong telepon), Selasa: Telaga (tebak lagu dan artis), Rabu: Tebas (tebak benar salah), Kamis: Kosbang (kosong banget), dan Jum’at: Belajar Islam dan Kepot (kepoin tetangga).

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya pada bagian latar belakang, maka penulis merumuskan masalah penelitian yaitu **“Bagaimanakah strategi kreatif atau trik-trik yang digunakan *Creative Assistant* dalam upaya meningkatkan kualitas program “Sarapan Pagi”?”**.

### **D. Kajian Pustaka**

Penulis menggunakan penelitian terdahulu sebagai perbandingan dan tolak ukur serta mempermudah penulis dalam menyusun penelitian ini. Berdasarkan penelusuran data pustaka, penulis menemukan referensi skripsi terdahulu yang memiliki relevansi dengan aspek teoretis penelitian ini, yaitu bagaimana strategi seorang *Creative Assistant* dalam meningkatkan dan mempertahankan suatu program, yakni:

1. Skripsi “Strategi Kreatif Radio Unisia dalam Mempertahankan Eksistensinya sebagai Lembaga Radio” oleh Musyarofah Mahasiswi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang ditulis pada tahun 2016. Skripsi ini membahas tentang bagaimana

penulis menggambarkan dan mengetahui strategi kreatif Radio Unisia dalam mempertahankan eksistensinya sebagai lembaga radio, menggunakan Metode Kualitatif dengan Analisis deskriptif.

2. Skripsi “Strategi Kreatif Produser dalam Mempertahankan Eksistensi Program Dakwah Mamah&AA Ber-Aksi di Stasiun Televisi Indosiar” oleh Inayatul Fitriah Mahasiswi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang ditulis pada tahun 2014. Skripsi ini membahas tindakan kreatif atau trik-trik produser program Dakwah Mamah&AA Ber-Aksi dalam upaya mempertahankan eksistensi programnya, menggunakan Metode Kualitatif dengan Analisis deskriptif.

3. Skripsi “Strategi Radio Prambors dalam upaya mempertahankan Pendengar Siaran Putus Sama Nataya di Prambors Yogyakarta” oleh Ardiansyah Nasution Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang ditulis pada tahun 2010. Skripsi ini membahas strategi radio prambors dalam mempertahankan pendengarnya terkhusus pada program Putus Sama Nataya, menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif.

**Tabel Perbandingan Penelitian Relevan Terdahulu**

No	Peneliti Terdahulu	Perbedaan Penelitian		Persamaan Penelitian
		Penelitian Terdahulu	Penelitian Peneliti	
1.	<b>Musyarofah</b>  Strategi Kreatif Radio Unisia dalam Mempertahankan Eksistensinya sebagai Lembaga Radio	Fokus Penelitian terdapat pada Strategi kreatif untuk mempertahankan eksistensi sebagai lembaga radio	Fokus penelitian terdapat pada Strategi <i>Creative Assistant</i> dalam meningkatkan kualitas program	Menggunakan metode kualitatif dengan Analisis deskriptif
2.	<b>Inayatul Fitriah</b>  Strategi Kreatif Produser dalam Mempertahankan Eksistensi Program Dakwah Mamah&AA Ber- Aksi di Stasiun Televisi Indosiar	Obyek Penelitian berfokus kepada Media Massa (Televisi)	Obyek Penelitian berfokus kepada Media Massa (Radio)	Mengetahui Strategi Kreatif atau trik-trik baru dalam peningkatan dan pertahanan program
3.	<b>Ardiansyah Nasution</b>  Strategi Radio Prambors dalam upaya mempertahankan Pendengar Siaran Putus Sama Nataya di Prambors Yogyakarta	Penulis mendedepankan penelitian pada unsur audio (lagu, kata, suara lain dan penyiar)	Penulis mendedepankan penelitian pada segmen-segmen Program “Sarapan Pagi”	Penulis memfokuskan pada program tertentu yang akan diteliti, sehingga ruang lingkup penelitian lebih terarah

**Sumber: Olahan Data Penulis Tahun 2017**

## ***E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian***

### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah penulis ingin mendeskripsikan strategi atau trik-trik *Creative Assistant* yang diterapkan untuk meningkatkan kualitas pada program “Sarapan Pagi”.

### **2. Kegunaan Penelitian**

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dalam segi keilmuan komunikasi, terutama bagi peminat media tentang proses strategi *Creative Assistant* dalam mengelola suatu program dengan mengembangkan pola-pola kreatifitas terkhusus di radio.
- b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk memahami strategi kreatif dalam meningkatkan suatu program, dan berguna dimasa yang akan datang, dalam artian dapat menjadi masukan bagi lembaga penyelenggara siaran radio, terutama terkait dengan strategi kreatif pada program.

## **BAB II**

### **TINJAUAN TEORITIS**

#### ***A. Komunikasi Massa***

Komunikasi massa pada dasarnya adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab awal perkembangan saja, komunikasi massa berasal dari pengembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata media of mass communication (media komunikasi massa), media massa dihasilkan oleh teknologi modern, hal ini perlu ditekankan sebab ada media yang bukan media massa yaitu media tradisional seperti kantong, angklung, gamelan dan lain-lain. Jadi, di sini jelas media massa menunjuk pada hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa (Hidayat, 2014:hal.10).

Berdasarkan penjabaran di atas, kita juga perlu membedakan massa dalam arti “umum” dengan massa dalam arti komunikasi massa. Agar tidak ada kerancuan dan perbedaan persepsi tentang massa, ada baiknya membedakan arti massa dalam komunikasi massa dengan massa dalam artian umum. Massa dalam artian komunikasi massa lebih menunjuk pada penerima pesan yang berkaitan dengan media massa, oleh karena itu, massa di sini menunjuk kepada khalayak, pendengar, penonton, pemirsa atau pembaca (Hidayat, 2014: hal.11)

Media massa dalam artian komunikasi massa bisa dikatakan bentuknya antara lain media elektronik (televisi dan radio), media cetak (surat kabar, majalah, tabloid), buku dan film. Perkembangan komunikasi massa yang sudah sangat modern dewasa ini, ada satu perkembangan tentang media massa, yakni ditemukannya internet,

dengan demikian bentuk komunikasi massa bisa ditambah dengan internet (Hidayat, 2014: hal.15)

Bisa jadi pula beberapa definisi yang tidak menyebutkan internet dalam definisi komunikasinya karena definisi tersebut dibuat beberapa puluh tahun yang lalu ketika internet belum mewabah seperti sekarang ini. Maka, sah-sah saja jika memasukkan internet dalam bentuk komunikasi massa. Jadi, media massa itu antara lain televisi, radio, internet, majalah, koran, tabloid, buku, dan film (Hidayat, 2014: hal.18).

Penjabaran di atas mengenai definisi komunikasi massa, selain definisi tentu komunikasi massa mempunyai fungsi-fungsi, dimana fungsi tersebut mempunyai latar belakang dan tujuan yang berbeda satu sama lain. Meskipun satu pendapat dengan pendapat lain berbeda, tetapi titik tekan kemungkinan sama. Misalnya, ada yang mengatakan bahwa fungsi media massa itu mendidik, tetapi ada pendapat yang mengatakan fungsi tersebut sudah mencakup dalam pewarisan sosial. Apapun yang dikemukakan, setidaknya fungsi komunikasi massa secara umum bisa dikemukakan, seperti informasi, pendidikan dan hiburan (Hidayat, 2014: hal.63)

Fungsi informasi merupakan fungsi terpenting yang terdapat dalam komunikasi massa. Komponen paling penting untuk mengetahui fungsi informasi ini adalah berita-berita yang disajikan. Iklan dalam beberapa hal memiliki fungsi memberikan informasi disamping fungsi-fungsi yang lain. Dalam paradigma lama, buku termasuk dalam media komunikasi massa yang juga mempunyai fungsi

informasi. Buku yang dimaksud tentu bukan sekedar buku fiksi, tetapi buku yang dituliskan berdasarkan fakta-fakta pula.

Dalam perkembangan jurnalistik saat ini, media massa yang hanya menulis atau menyajikan berita dengan mengemukakan fakta-fakta tidak mencukupi lagi, dengan demikian, jurnalisme makna sudah seharusnya dijalankan pers untuk menjelaskan lebih lanjut fungsi informasi, artinya fungsi pers adalah melaporkan peristiwa didalam masyarakat yang lebih kompleks dan memberikan makna terhadap peristiwa-peristiwa tersebut. Seharusnya pers mengumpulkan sebanyak-banyaknya materi yang diperlukan untuk membuat kejadian dan makna kejadian bersangkutan bisa dipahami oleh publik, pers tidak lagi melaporkan sesuatu dengan satu dimensi, tetapi multidimensi dan mengungkapkan latar belakangnya (Hidayat, 2014: hal.69)

Fungsi hiburan untuk media elektronik menduduki posisi yang tertinggi dibanding fungsi-fungsi yang lain. Masyarakat masih menjadikan televisi atau radio sebagai media hiburan. Dalam sebuah keluarga, televisi ataupun radio bisa sebagai perekat keintiman keluarga tersebut karena masing-masing anggota punya kesibukan masing-masing. Setelah kelelahan dengan aktivitas masing-masing, kemungkinan besar mereka menjadikan televisi atau radio sebagai media hiburan sekaligus sarana untuk berkumpul bersama keluarga. Hal ini mendudukkan televisi dan radio sebagai alat utama hiburan (Hidayat, 2014: hal.71).

Media massa juga berfungsi sebagai pendidik, baik yang menyangkut pendidikan formal maupun informal yang mencoba meneruskan atau mewariskan suatu ilmu pengetahuan, nilai, norma, pranata, dan etika satu generasi ke generasi



selanjutnya. Begitupun dengan apa yang disiarkan dari televisi ataupun radio hendaknya memberikan dampak yang positif serta mendidik khalayak ataupun pendengarnya (Hidayat, 2014: hal.86).

### ***B. Media***

Media penyiaran dunia dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu media penyiaran sebagai penemuan teknologi dan media penyiaran sebagai suatu industri. Media penyiaran sebagai penemuan teknologi berawal dari ditemukannya radio oleh para ahli teknik di Eropa dan Amerika. Media penyiaran sebagai suatu penemuan industri dimulai di Amerika. Dengan demikian mempelajari dunia penyiaran, baik sebagai penemuan teknologi maupun industri nyaris hampir sama dengan mempelajari sejarah penyiaran di Amerika Serikat (Morissan, 2008: hal.3).

Keberhasilan media penyiaran sangat ditentukan oleh kemampuan pengelolanya dalam memahami targetnya. Dalam hal ini audien dipahami dengan menggunakan pendekatan ilmu pemasaran karena mereka adalah konsumen yang memiliki kebutuhan terhadap program atau produk (Morissan, 2008: hal.163).

Persaingan media penyiaran pada dasarnya adalah persaingan merebut perhatian masyarakat, maka seharusnya pengelola stasiun radio ataupun televisi memahami siapa target mereka, kebutuhan mereka dalam menerima informasi. Dalam era persaingan dewasa ini setiap media harus memiliki strategi-strategi kreatif ataupun trik yang menarik minat masyarakat (Morissan, 2008: hal.165).

Radio awalnya cenderung diremehkan dan perhatian kepada penemuan baru itu hanya terpusat sebagai alat teknologi transmisi. Radio lebih banyak digunakan

oleh militer dan pemerintahan untuk kebutuhan penyampaian informasi dan berita. Radio lebih banyak dimanfaatkan para penguasa untuk tujuan yang berkaitan dengan ideologi dan politik secara umum (Morrisan, 2008: hal.5).

Tahun 1926, perusahaan manufaktur radio berhasil memperbaiki kualitas produknya. Pesawat radio sudah menggunakan tenaga listrik yang ada di rumah sehingga lebih praktis, penampilannya yang lebih baik menyerupai peralatan furnitur. Tahun 1925-1930, sebanyak 17 juta pesawat radio terjual kepada masyarakat dan dimulailah era radio menjadi media massa. Seiring dengan munculnya berbagai stasiun radio, peran radio sebagai media massa semakin besar dan mulai menunjukkan kekuatannya dalam mempengaruhi masyarakat (Morrisan, 2008: hal.8).

Siaran televisi di Indonesia dimulai pada tahun 1962, jika dibandingkan dengan munculnya siaran radio, radio lebih unggul dalam proses memberikan informasi kepada pendengarnya. Siaran televisi di Indonesia resmi dimulai saat TVRI menayangkan langsung upacara hari ulang tahun kemerdekaan Indonesia ke-17 pada tanggal 17 Agustus 1962. Siaran tersebut masing-masing terhitung percobaan. Siaran resmi TVRI baru dimulai 24 Agustus 1962 jam 14.30 WIB yang menyiarkan secara langsung upacara pembukaan Asian Games ke-4 dari stadion utama Gelora Bung Karno (Morissan, 2008: hal.8).

Sejak pemeritah Indonesia membuka TVRI, maka selama 27 tahun penonton televisi di Indonesia hanya dapat menonton satu saluran televisi. Barulah pada tahun 1989, pemerintah memberikan izin operasi kepada kelompok usaha Bimantara untuk membuka stasiun televisi RCTI yang merupakan televisi swasta pertama di

Indonesia, disusul kemudian dengan SCTV, Indosiar, ANTV dan TPI (Morissan, 2008: hal.9).

Televisi merupakan salah satu medium terfavorit bagi para pemasang iklan di Indonesia. Media televisi merupakan industri yang padat modal, padat teknologi dan padat sumber daya manusia. Namun sayangnya kemunculan berbagai stasiun televisi di Indonesia tidak diimbangi dengan tersedianya SDM yang memadai (Morrisan, 2008: hal.10).

Media cetak merujuk kepada kertas yang tercetak pada huruf, teks, angka dan gambar di atasnya. Huruf, angka dan foto adalah elemen pesan atau maklumat media cetak. Para pengguna media ini harus melihat dan membaca elemen terkait yang diinformasikan demi mendapatkan maksud yang coba disampaikan penulis. Bagi memudahkan pemahaman kita, media cetak dalam konteks ini seperti buku, surat kabar, *akhbar* (berita) dan majalah (Hamid, 2006: hal.157)

Selain media cetak dan elektronik, perkembangan teknologi yang semakin pesat muncul pula yang dinamakan *new media* atau media baru. *New media* merupakan perkembangan baru dari media-media yang telah digunakan manusia. Karakternya yang merupakan bentuk digital tentu memudahkan dalam bertukar informasi dan berbagai kegiatan lainnya. Namun dalam perkembangannya, *new media* bisa memberikan nilai negatif juga bagi kehidupan manusia. Seperti kemudahan dapat mengakses situs yang berbau porno dan kekerasan tanpa filter atau pengawasan dan memberikan efek ketagihan bagi penggunaannya. Jadi sudah

seharusnya perkembangan *new media* diikuti juga dengan kebijakan atau kedewasaan orang yang memanfaatkannya. (Fachruddin, 2013: hal.36)

Penjelasan diatas, menyimpulkan ada dua media yang masuk dalam kategori *new media*, yaitu televisi-kabel dan internet yang dalam hal ini adalah streaming. *New media* bukanlah televisi, film, majalah, buku, atau publikasi berbasis kertas, tetapi penggabungan antara teknologi telekomunikasi, teknologi komputer, dan teknologi media massa merupakan konvergensi media adalah ruang lingkup *new media*. (Fachruddin, 2013: hal.37)

### **C. Radio**

Radio sebagai salah satu bentuk media massa yang mengedepankan sisi musikalitas dalam programnya ternyata sekarang ini banyak dikembangkan kedalam cakupan yang lebih luas lagi. Artinya, bahwa tidak hanya ada musik dalam program siaran radio, karena berbagai kebutuhan informasi pun dapat dialokasikan pada program acara radio (Romli, 2016: hal.76).

Pengertian radio itu sendiri adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik. Dengan demikian, yang dimaksud dengan istilah radio bukan hanya bentuk fisiknya, tetapi antara bentuk fisik dengan kegiatan radio adalah saling berhubungan dan tidak dapat dipisahkan satu sama yang lain (Romli, 2016: hal.77).

Radio, tepatnya radio siaran (*broadcasting radio*) merupakan salah satu jenis media massa, yakni sarana atau saluran komunikasi massa, seperti halnya surat kabar, majalah, atau televisi. Ciri khas utama radio adalah Auditif, yakni dikonsumsi telinga

atau pendengaran. Penyampaian pesan melalui radio siaran dilakukan dengan menggunakan bahasa lisan, walaupun ada lambang-lambang nonverbal yang dipergunakan jumlahnya sangat minim, misalnya tanda pada saat akan memulai acara warta berita dalam bentuk bunyi salah satu alat musik (Romli, 2016: hal.78).

Radio tidak dapat memperlihatkan visualisasi tentang situasi dalam radio, sosok penyiar maupun nara sumber yang akan *on-air* diradio, berbeda dengan televisi yang mempunyai visualisasi dan audio. (Suprpto, 2006: hal.145)

Penyiar atau *Radio broadcaster* adalah bagian yang tidak terpisahkan dari industri radio. Sosoknya menjadi salah satu kunci inti yang mengarahkan pada posisi atau *rating* sebuah radio. Dalam industri radio, penyiar adalah seorang yang langsung berinteraksi dengan pendengar dan juga menjadi *Brand Image* sebuah stasiun radio. Sehingga penyiar radio pada dasarnya harus mengetahui visi dan misi dari stasiun radio tempat ia bekerja (Bakhtiar, 2006: hal.14).

Artinya, ketika menjadi seorang penyiar radio dituntut untuk mengetahui segala yang bersangkutan dengan stasiun radio dimana ia bekerja. Jadi sebenarnya sosok penyiar adalah acuan stasiun radio tersebut. Suara ataupun kreativitas dikreasikan sedemikian rupa sehingga mampu menarik perhatian pendengar sebanyak-banyaknya, hal ini juga berefek dengan banyaknya iklan yang masuk (Bakhtiar, 2006: hal.15)

#### **D. Program Radio**

Kata “Program” berasal dari bahasa Inggris *Programme* atau program yang berarti acara atau rencana. Undang-undang Indonesia tidak menggunakan kata

program untuk acara tetapi menggunakan istilah “siaran” yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Namun kata “program” lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran di Indonesia daripada kata “siaran” untuk mengacu pada pengertian acara. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan pendengarnya. Dengan demikian, program memiliki pengertian yang sangat luas (Morissan, 2008: 109).

Program siaran dapat didefinisikan sebagai satu bagian atau segmen dari isi siaran radio ataupun televisi secara keseluruhan, sehingga memberikan pengertian bahwa dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang diudarkan atau dapat dikatakan bahwa siaran keseluruhan satu stasiun penyiaran tersusun dari beberapa program siaran. Masing-masing program siaran ini menempati *slot* waktu tertentu dengan durasi tertentu yang biasanya tergantung dari jenis programnya, jenis hiburan, informasi iptek dan berita. *Slot* waktu masing-masing program ini dirancang sesuai dengan tema program tersebut, sehingga menjadi satu jadwal siaran tiap harinya (Fachruddin, 2013: hal.150)

Kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu menitikberatkan pada minat seseorang. Minat terhadap suatu objek yang dapat berupa minat terhadap barang, kegiatan, atau organisasi. Terbentuknya sebuah minat diawali oleh perasaan senang dan sikap positif. (Djamal, 2011: hal.64)

Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat *audience* tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran apakah itu radio ataupun televisi. Program dapat disamakan atau dianalogikan dengan produk atau

barang atau pelayanan yang dijual kepada pihak lain, dalam hal ini *audience* dan pemasang iklan. Program adalah produk yang dibutuhkan orang sehingga mereka bersedia mengikutinya. Dalam hal ini terdapat suatu rumusan dalam dunia penyiaran yaitu program yang baik akan mendapatkan pendengar atau penonton yang lebih besar, sedangkan acara yang buruk tidak akan mendapatkan pendengar ataupun penonton (Morissan, 2008: 200).

Zaman yang terus berkembang, masyarakat dituntut untuk terus berkreasi dengan segala bentuk kreatifitas, terlebih persaingan didunia penyiaran. Sejumlah faktor yang menentukan kreatifitas untuk meningkatkan kualitas program ataupun siaran seseorang adalah *pertama*, “ideologi” ekonomi-politik radio berupa visi misi dan filosofi kehadiran radio tersebut di masyarakat. *Kedua*, pihak luar radio seperti, pengiklan, pendengar, dan pemerintah. *Ketiga*, aturan main internal radio meliputi format stasiun dan kode etik. *Keempat*, mitra sesama *Broadcaster* atau pelaksana siaran. Jika semua pihak tersebut terbuka pada kreatifitas dan peningkatan program maka para awak siar akan merasa nyaman saat bekerja (Masduki, 2004: 89).

Sumber ide kreatif yang dapat meningkatkan kualitas program, berasal dari pengalaman pribadi seorang penyiar, pengalaman orang lain yang diambil dari kisah pendengar atau teman seprofesi, pengalaman lingkungan, membaca buku, majalah, koran dan sebagainya. Kemampuan memproyeksikan pribadi yang ramah kepada pendengar adalah kunci sukses perjumpaan udara seorang penyiar dan pendengar. Ciri seorang penyiar plus adalah bisa berbicara kreatif, kaya kosakata, memberi

komentar atas interaksi pendengarnya secara intelek, menyuguhkan acara baru dan bekerja secara mandiri (Masduki, 2004: hal.91).

Berdasarkan penjelasan diatas banyak hal yang dapat dilakukan seorang *Creative Assistant* dalam hal meningkatkan kualitas suatu program yang ia kerjakan, membutuhkan trik dan strategi kreatif, tetapi bukan hanya tim kreatif yang dapat menselaraskan program-program tersebut, seorang penyiar bahkan staf dalam suatu stasiun radio harus turut berpartisipasi dalam meningkatkan kualitas program.

#### **E. *Creative Assistant***

*Creative Assistant* merupakan staff (bawahan) dari Produser di dunia penyiaran khususnya radio. Bedanya, seorang Produser ataupun Asisten Produser lebih fokus ke aspek teknis produksi, maka *Creative Assistant* lebih fokus kepada konten alias isi acara. *Creative Assistant* yang menentukan konsep sebuah program radio, mulai dari konsep besarnya sampai detail-detail kecilnya.

Seorang *Creative Assistant* adalah penentu *soul* program di stasiun radio sehingga dibutuhkan strategi yang kreatif untuk merancang ataupun mencetuskan suatu program yang berkualitas. Strategi kreatif adalah rencana khusus dan penentuan atau penyusunan rencana cerdas pemimpin berupa terobosan-terobosan baru untuk mencapai suatu tujuan (Slideshare.net, 2014).

Radio adalah suatu pekerjaan yang dilakukan oleh tim, jadi program radio adalah hasil perpaduan antara *Program Director* (PD), *Music Director* (MD), penata informasi, *Creative Assistant* (CA) dan penyiar, sehingga ketika mencetuskan suatu



program tidak lepas kerja sama atau koordinasi dari perpaduan di atas (Yulia, 2010: hal.23)

Fokus sehari-hari *Creative Assistant* adalah memerhatikan *rundown*, naskah, dan melakukan *briefing* untuk pengisi acara bahkan kepada penyiar. Di ujung tangga karirnya, seorang *Creative Assistant* bisa menjadi senior kreatif, *Program Director* (PD) atau Produser (Slideshare.net, 2014).

Jenjang karir seorang *Creative Assistant* bisa saja berawal dari seorang penyiar. Penyiar radio bertugas menyiarkan atau menyampaikan sajian program acara dalam bentuk hiburan atau informasi yang dikemas secara menarik. *Creative Assistant* adalah orang yang memiliki tanggung jawab terhadap terbentuknya, terlaksananya dan evaluasi terhadap program-program siaran radio sepanjang hari, minggu, bulan dan tahun. Seorang *Creative Assistant* berfokus pada pengembangan program ataupun konten sehingga menarik minat dengar *audience* ataupun pendengarnya (Yulia, 2010: hal.35)

Penyiar radio dituntut untuk dapat menjalankan tugas siaran dalam berbagai macam program acara sehingga pengetahuan penyiar radio tentang berbagai macam format dan acara semakin berkembang. Tidak menutup kemungkinan, penyiar radio mampu menjalankan tugas sebagai *Creative Assistant*. Pada dasarnya dalam pembuatan program acara seorang *Creative Assistant* atau CA selalu meminta pertimbangan dan masukan dari penyiar yang secara langsung berada di lapangan dan berhubungan dengan pendengar. Seorang penyiar radio yang potensial dan kreatif

akan mampu memegang tugas dan tanggung jawab sebagai *Creative Assistant* (Yulia, 2010: hal.36)

#### ***F. Kualitas Program***

Dunia radio pada dasarnya adalah dunia kreatif. Kualitas program dan kemampuan kreatif akan menentukan hidup mati atau sukses tidaknya seseorang berkarir dan bersaing di radio. Bisnis radio adalah bisnis jasa kreatif, radio adalah medium olah pikir dan imaji mentalitas yang diciptakan melalui suara-suara. Kreatifitas siaran berarti kemampuan merancang dan mengelola acara siaran yang inovatif, berkualitas, kaya akan improvisasi kata saat siaran, serta kemampuan bekerja sama dalam tim kerja berdasarkan intelektualitas dan profesionalitas. (Yulia, 2004: hal.89)

Suatu program akan berkualitas apabila dapat memberikan informasi yang benar dan faktual, menarik untuk didengarkan, menginspirasi, siaran yang berkualitas apabila suara ataupun gambarnya jelas, apabila isi pesannya baik audio atau visualnya bersifat informatif, edukatif, persuasif, komunikatif, stimulatif serta diproduksi sesuai dengan segmentasi yang dituju baik dari radio maupun televisi. (Fachruddin, 2017: hal.26)

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### ***A. Jenis Penelitian***

Jenis penelitian yang digunakan adalah Penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya dan bertujuan mengungkapkan gejala secara kontekstual melalui pengumpulan data dari latar alami dengan memanfaatkan diri penulis sebagai instrumen kunci. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis pendekatan induktif. Proses dan makna berdasarkan perspektif subyek lebih ditonjolkan dalam penelitian ini (Sugiarto, 2015: 8).

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel yang lain. Penelitian ini untuk mengeksplorasi dan mengklasifikasi suatu fenomena atau kenyataan sosial terkait masalah yang diteliti (Sugiyono, 2013: 11).

##### ***B. Pendekatan Penelitian***

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan Komunikasi massa, artinya penulis secara langsung mendapatkan informasi dari informan yang dimaksud, dan pada dasarnya penulis menggunakan media massa sebagai bahan penelitian. Suatu kenyataan komunikasi massa dialamatkan kepada sejumlah populasi dari berbagai kelompok, dan bukan hanya satu atau beberapa individu atau sebagian khusus populasi (Romli, 2016: 3). Alasan penulis mengambil

pendekatan tersebut karena komunikasi massa tidak lepas dari media massa, dan penelitian penulis berfokus pada salah satu media massa yaitu radio.

### **C. Sumber data**

#### **1. Data Primer**

Adalah semua data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian dan juga melalui proses penelitian langsung dari partisipasi atau sasaran penelitian yaitu dari wawancara *Creative Assistant*.

#### **2. Data Sekunder**

Diperoleh dari wawancara *Station Manager, Program Director (PD)*, Produser dan juga Penyiar diprogram “Sarapan Pagi”. Dan juga diperoleh dari catatan-catatan atau dokumentasi berupa foto-foto yang terkait dengan lembaga yang diteliti atau yang menunjang penelitian ataupun referensi, buku-buku dari perpustakaan, internet dan lainnya.

### **D. Metode Pengumpulan Data**

Data yang dibutuhkan dalam penelitian dikumpulkan melalui metode:

1. Observasi. Sutrisno Hadi mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan (Sugiyono, 2014: 145).

2. Wawancara, adalah teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti,

dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono, 2014: 137).

3. Dokumentasi, yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya (Sugiyono, 2013: 16).

#### ***E. Instrumen penelitian***

Pengumpulan data pada prinsipnya merupakan salah satu aktifitas yang bersifat operasional agar tindakannya sesuai dengan pengertian penelitian yang sebenarnya. Data yang valid didapatkan dari hasil informasi yang sengaja akan dikaji atau diteliti oleh penulis. Oleh karena itu penulis membutuhkan instrumen yang akurat dan valid untuk mempermudah penelitian penulis.

Dalam penelitian ini, penulis merupakan instrumen utama yang didukung dengan pedoman wawancara kepada pihak yang bersangkutan dengan penelitian, sehingga memudahkan penulis dalam berdialog dengan informan, *handphone*, dan alat tulis sebagai pelengkap ketika wawancara berlangsung.

#### ***F. Teknik Analisis Data***

Sejumlah data yang telah terkumpul dari hasil observasi, wawancara maupun dokumentasi digabung menjadi satu dan dicoba untuk diolah dan juga dipilih-pilih menurut jenis ataupun pokok bahasan yang dituju oleh penulis, karena data tersebut masih dalam bentuk uraian panjang yang mesti divalidasikan dan tentunya di uraikan dengan benar.

Metode yang digunakan adalah Metode Analisis Deskriptif, yaitu laporan tentang data dengan cara menerangkan, memberi gambaran serta menginterpretasikan data yang sudah terkumpul, kemudian membuat kesimpulan dengan data tersebut.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### ***A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian***

##### **1. Sejarah Bharata Radio Makassar**

PT Bharata Rasihima saat ini telah berpindah tangan dari bapak Bambang Yuliarto menjadi milik bapak H. Hamzah Mamba selaku Presiden Direktur Abu Corporation, dengan induk usaha tour umrah dan haji khusus. Di bawah manajemen baru, Bharata Radio FM dengan nama udara baru yakni, Bharata Radio, menjelma menjadi mode radio dengan *trend* modern yang penuh inovasi.

Hadirnya Bharata Radio kembali ke jagad industri media elektronik di Makassar, menjadi sinyal bahwa media audio masih bisa menjadi lahan investasi yang menarik dan menguntungkan serta masih ada peminatnya. Oleh karena itu, warisan bapak Bambang Yuliarto tetap diteruskan meski dengan format yang beda.

Bharata Radio adalah salah satu stasiun terkenal di Makassar yang secara eksklusif dan konsisten memutar lagu-lagu hits Indonesia dan barat (*current*, *recurrent* dan *90's*) dengan *tagline* “Lagu Hits Terbaik”.

Bharata Radio hadir dengan atmosfir yang berbeda dari radio lainnya, karena menghadirkan kombinasi musik dengan porsi yang lebih banyak dari *talk*, memberikan info tips yang dikemas ringan dan santai, info *news* dalam kemasan *highlight*, serta *update traffic* terkini seputar kota Makassar. Dengan konsep ini, Bharata Radio lebih mengedepankan hal-hal terbaru, terkini, dan populer sesuai

kebutuhan pendengar masa kini yang membutuhkan akses info lebih cepat, namun tetap *enjoy and sing along*. (Profile station, 2016)

## 2. Visi dan Misi Bharata Radio

Visi:

Konsep dan konten siaran yang lebih *fresh*, Bharata Radio ingin menyasar pendengar cerdas Kota Makassar yang mampu menikmati sajian dari hiburan media radio masa kini yang diusung Bharata Radio.

Misi:

Bharata Radio bercita-cita menjadi patron lagu-lagu yang banyak digemari dengan mengusung *tagline* “Lagu Hits Terbaik” yang terputar setiap harinya. (Profile station, 2016)

## 3. Sarana dan Prasarana

Adapun sarana dan prasarana pada bagian *Creative Assistant* Program di Bharata Radio Makassar yaitu sebagai berikut: komputer, telepon, papan pengumuman, studio produksi, studio musik, studio siaran, AC (*air conditioner*), *microphone*, *headphone*, *audio mixer*, *software*, *telepon hybrid*, dan STL (*studio transmitter link*).

## 4. Khalayak Sasaran

Dalam penyajian informasi dan program, tentu saja terdapat target-target usia pendengar, atau sasaran yang tepat sehingga tercapainya tujuan yang dimaksud dalam program-program tersebut, sehingga dapat digolongkan sasaran usia pendengar di bawah ini:



**Tabel 1**  
**Pembagian Jenis Kelamin Pendengar**

<b>Jenis Kelamin</b>	
Pria	50 %
Wanita	50 %
Jumlah	100 %

**Tabel 2**  
**Kelompok Usia Pendengar**

<b>Kelompok Usia</b>	
Di bawah 15 tahun	-
15-19 tahun	-
20-24 tahun	10 %
25-29 tahun	25 %
30-34 tahun	25 %
35-39 tahun	25 %
40-50 tahun	15 %
Di atas 50 tahun	-
Jumlah	100 %

Pernyataan di atas menjelaskan tentang target atau sasaran khalayak, dimana pada penyajian program-program terdapat target ataupun sasaran yang dituju, sehingga tidak terjadi bias pada pendengar program tersebut. (*Profile station*, 2016)

## 5. Format Siaran Bharata Radio

Bharata Radio Makassar adalah salah satu radio yang turut meramaikan industri penyiaran radio yang ada di Makassar dan sekitarnya. Industri penyiaran bersaing secara ketat baik dari segi iklan, sumber daya manusia (SDM), *Brand Image Radio*, bahkan jelas mengenai program ataupun konten-konten yang ada dalam program tersebut.

Konten merupakan isi siaran yang ada pada suatu program, sehingga para pendengar dapat menikmati berbagai macam konten siaran yang berbeda-beda dan tentunya dapat berdampak dalam kehidupan sehari-hari.

Berbagai macam konten siaran yang disajikan oleh Bharata Radio dalam program-programnya untuk menghibur para pendengar, dan semua itulah salah satu yang dapat mempertahankan eksistensi suatu program di industri penyiaran radio.

**Tabel 3**  
**Konten Program**

<b>Konten Program</b>	
Berita	20 %
Informasi/Penerangan	10 %
Pendidikan dan Kebudayaan	10 %
Agama	10 %
Olahraga	10 %
Hiburan dan Musik	10 %
Iklan	30 %
Acara Penunjang/ Layanan Masyarakat	5 %
Jumlah	100 %

**Tabel 4**  
**Presentase Siaran Musik**

<b>Presentase Siaran Musik</b>	
Indonesia Populer ( <i>New Entry, Current, Re-Current</i> )	70 %
Dangdut	-
Barat ( <i>New Entry, Current, 90s</i> )	30 %
Tradisional/Daerah	-
Keroncong	-
Musik Lainnya	-
Jumlah	100 %

**Tabel 5**  
**Format Bahasa**

<b>Bahasa</b>	
Bahasa Indonesia	90 %
Bahasa Asing	10 %
Jumlah	100 %

**Tabel 6**  
**Format Siaran**

<b>Format Siaran</b>	
<i>Talk</i>	10 %
<i>Music</i>	70 %
<i>Interaction</i>	20 %
Jumlah	100 %

Di atas adalah format siaran pada konten program-program yang ada di Bharata Radio dan juga presentase ditiap mata acara tersebut. Dengan tabel di atas lebih diketahui presentase dan informasi yang diberikan lebih terarah pada setiap programnya.

Presentase siaran musik tergolong penting dalam format siaran, karena pada umumnya *genre* musik setiap orang berbeda-beda sama halnya dengan selera musik, jadi, tentu pemilihan musik yang sesuai dengan segmentasi program sangat dan harus diperhatikan oleh seorang penyiar bahkan MD (*Music Director*). (*Profile station*, 2016)

#### **6. Deskripsi Program Bharata Radio**

##### **Weekdays**

##### **06.00-10.00: “Sarapan Pagi”**

Program ini merupakan program *prime time* dengan dibawakan oleh dua penyiar pria dan wanita. “Sarapan Pagi” saat ini digawangi oleh Firza Bahasoan dan Mochdy Akil. Durasi mencapai empat jam dengan menyiarkan berbagai segmen dan insert. Bahkan kerja sama informasi *traffic update* bekerja sama dengan Dinas Lalu lintas Polisi daerah Sulawesi Selatan dan informasi cuaca bekerja sama dengan Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika wilayah. IV Kota Makassar.

Program “Sarapan Pagi” menyajikan hiburan tidak hanya dari kontennya tetapi juga dari kepiawaian kedua penyiarinya. Obrolan seputar topik tentang keseharian masyarakat khususnya warga makassar diangkat di udara dengan konsep

berbeda dengan siaran yang lain. Pemilihan narasumber pun disesuaikan dengan target audiens Bharata Radio.

Segmen-segmen di program “Sarapan Pagi”, senin: nyantol (nyanyi ditodong telepon), selasa: telaga (tebak lagu dan artis), rabu: tebas (tebak benar salah), Kamis: kosbang (kosong banget), dan jum’at: belajar islam dan kepot (kepoiin tetangga).

#### **10.00-11.00: Ibasse**

Program reguler ini adalah program kolaborasi dengan departemen bisnis alharam media grup, di mana program ini diperuntukkan untuk pelanggan kolom iklan baris harian amanah. Klien yang memasang iklan berkesempatan mempromosikan usahanya melalui *live interactive* via telepon yang disiarkan langsung di Bharata Radio. Pemilihan klien ditentukan oleh kru alharam bisnis. Tujuan utama dari program ini adalah meningkatkan minat pendengar Bharata Radio dan pembaca harian amanah untuk beriklan secara berkelanjutan dan mendengarkan program ibasse. Ini menjadi tolak ukur sampai sejauh mana masyarakat menaruh perhatian pada kedua unit bisnis abu corporation ini. (*Profile station*, 2016)

#### **11.00-14.00: Bharata Special Choice**

Program reguler siang ini adalah program *request* di mana pendengar Bharata Radio “sahabat bharata” diberi kesempatan untuk mendengar langsung lagu favorit mereka agar diputar oleh penyiar yang bertugas melalui sambungan telepon, *whatsapp application*, dan pesan singkat, bisa juga melalui akun resmi media sosial Bharata Radio.

#### **14.00-16.00: Bharata *day list***

Program ini berisi informasi terbaru dan menarik yang dikemas singkat tapi *straight to the point* sehingga pesan tersampaikan secara efektif. (Profile station, 2016)

#### **16.00-20.00: Super Sore**

Program *prime time* ini dibawakan oleh rahmat bakrie dan zaky putra selama empat jam. Sama halnya dengan *prime time* pagi, *prime time* sore pun berisi tentang segment dan insert yang menjadi jualan tim *sales & marcomm*. Super sore mengusung konten segmen yang inspiratif dengan menampilkan sosok-sosok kreatif.

Segmen-segmen di super sore, senin: kepot (kepoi tetangga), selasa: pasung (pantun bersambung), rabu: inpus (inspirasi rabu sore), Kamis: orasi (obrolan basa-basi), jum'at: music trap dan telepati (telepon artis).

#### **20.00-22.00: Bharata *Night list***

Program ini tidak jauh berbeda dengan program reguler siang *bharata day list*. Kontennya sama akan tetapi, disesuaikan dengan jadwal siaran dan psikologi pendengar di malam hari. (Profile station, 2016)

#### **22.00-01.00: Bharata *Night Talk* (Bantal)**

Program tengah malam di mana konsep siarannya sama seperti siaran *prime time* pagi dan sore meskipun program ini hanya merupakan program reguler. Materi siarannya khas siaran tengah malam.

## **Weekend Sabtu**

### **07.00-11.00: Samsat (semangat sabtu)**

Program pagi akhir pekan ini meski di jam *prime time* tapi hanya merupakan program reguler yang hanya dibawakan satu penyiar selama empat jam. Meskipun begitu program ini juga berisi segmen siaran khas akhir pekan.

Segment di samsat: mp3 (musik pagi pilihan pendengar), timeline (*trending topic via socmed*), dan ootd (*outfit of the day*).

### **11.00-13.00: Bharata Special Choice**

Program reguler siang ini adalah program di mana pendengar Bharata Radio “sahabat bharata” diberi kesempatan untuk mendengar langsung lagu favorit mereka agar diputar oleh penyiar yang bertugas melalui sambungan telepon, *whatsapp application*, dan pesan singkat, bisa juga melalui akun resmi media sosial Bharata Radio. (*Profile station*, 2016)

### **13.00-16.00: Weekend groove**

Program ini adalah versi *weekend* program bharata *day list*. Program ini berisi informasi terbaru dan menarik yang dikemas singkat tapi *straight to the point* sehingga pesan tersampaikan secara efektif.

### **16.00-19.00: Super weekend**

Program sore akhir pekan yang dibawakan oleh satu penyiar. Tidak jauh berbeda dengan program pagi akhir pekan. Kontennya pun khas akhir pekan sore hari.

### **19.00-22.00: Hits 31**

Program siaran ini khusus rekaman oleh radio mitra bayu bantaeng. Berisi tangga lagu paling populer dan informasi tentang lirik lagu berserta penyanyinya. Dikemas secara *ear-catchy* dalam *mixing* lagu-lagu yang beredar di *chart*.

### **22.00-00.00: RiVal**

Program ini adalah program versi *weekend bharata night talk*. (*Profile station*, 2016)

### **Weekend Ahad**

#### **07.00-11.00: Semanggi (semangat minggu pagi)**

Program pagi akhir pekan ini meski di jam *prime time* tapi hanya merupakan program reguler yang hanya dibawakan satu penyiar selama empat jam. Meskipun begitu program ini juga berisi segmen siaran khas akhir pekan.

Segment di semanggi: mp3 (musik pagi pilihan pendengar), timeline (*trending topic via socmed*), bola sepak (berita olah raga sepekan), dan komik (komunitas kita).

#### **11.00-13.00: Bharata Special Choice**

Program reguler siang ini adalah program di mana pendengar Bharata Radio “sahabat bharata” diberi kesempatan untuk mendengar langsung lagu favorit mereka agar diputar oleh penyiar yang bertugas melalui sambungan telepon, *whatsapp application*, dan pesan singkat, bisa juga melalui akun resmi media sosial Bharata Radio. (*Profile station*, 2016)



### **13.00-16.00: *Weekend groove***

Program ini adalah versi *weekend* program *bharata day list*. Program ini berisi informasi terbaru dan menarik yang dikemas singkat tapi *straight to the point* sehingga pesan tersampaikan secara efektif.

### **16.00-20.00: *Super weekend***

Program sore akhir pekan yang dibawakan oleh satu penyiar. Tidak jauh berbeda dengan program pagi akhir pekan. Kontennya pun khas akhir pekan sore hari.

### **20.00-00.00: *Cerita 90***

Program ini berisi tentang nostalgia generasi sembilan puluhan dengan menampilkan lagu-lagu era 90-an dan bintang tamu anak muda 90-an.

## **7. *Deskripsi Insert Bharata Radio***

### **Koh ahung**

Insert ini hanya diputar di jam-jam prime time. Bercerita tentang seorang muallaf keturunan tionghoa yang rajin menjajakan kue tradisional dagangannya ke anak-anak penyiar Bharata Radio. Dialek Makassar yang khas menjadi daya tariknya. Koh ahung adalah insert berisi edukasi dan persuasi nilai-nilai moral kescharian yang dikemas ringan dan sangat dekat dengan perilaku masyarakat makassar.

### **Cilupa (cerita lucu ala papua)**

Insert ini adalah versi mob papua (lawakan khas papua) yang mempertemukan tokoh etus sebagai tokoh utama yang berasal dari papua yang

memiliki sanak keluarga dan teman dari berbagai daerah di Indonesia. Kekonyolan dan gaya bicaranya menjadi kelucuan yang tidak bisa dilewatkan oleh pendengar.

### **8. Deskripsi Segment Bharata Radio**

#### **a. Konten Program Sarapan Pagi**

##### **1) Senin, *Nyantol* (Nyanyi ditodong Telepon)**

Segmen ini ditujukan untung pendengar Bharata Radio yang ingin menyalurkan kemampuan bernyanyinya sekaligus menjadi penghibur bagi pendengar lain dengan menyanyikan lagu yang telah disediakan oleh penyiar. Lagu-lagu pilihannya adalah lagu Indonesia, barat dan Korea. Pendengar yang menjadi peserta nyantol menyanyi secara langsung via telepon dengan diiringi musik yang ada di studio.

##### **2) Selasa, *Telaga* (Tebak Lagu dan Artis)**

Segmen ini untuk menguji sejauh mana pengetahuan pendengar Bharata Radio tentang judul lagu dan penyanyi Indonesia. Lagu yang ditebak dimunculkan dalam bentuk audio yang nada dan suaranya dibuat seperti kaset rusak atau diedit ke suara chipmunk.

##### **3) Rabu, *Tebas* (Tebak Benar Salah)**

Segmen ini adalah segmen adu kompetensi pengetahuan umum dasar antara kedua penelpon yang menjadi peserta tebas. Mereka akan diberi pernyataan yang dibacakan secara cepat oleh penyiar secara bergantian dalam waktu hanya satu menit. Peserta yang terbanyak menjawab benar keluar sebagai pemenang. Tebas bukanlah kuis interaktif, segmen ini hanya untuk seru-seruan belaka.

#### 4) Kamis, **Kosbang** (Kosong Banget)

Segmen ini adalah segmen yang membahas hal-hal *update* dari berbagai permasalahan seperti politik, ekonomi, pendidikan, hiburan, kriminal yang dikemas secara santai dan nuansa komedi

#### 5) Jumat, **Belajar Islam**

Dengan durasi hanya lima menit. Ada tiga sampai empat pertanyaan yang penyiar tanyakan kepada ustad via sambungan telepon tentang ajaran Islam. Pendengar pun boleh berpartisipasi melalui sambungan telepon atau *whatsapp* dan sms. Akan ada satu tema yang dibahas setiap pekannya. Ustad akan memberi penjelasan secara singkat namun tepat dan sesuai al-quran dan hadits.

#### 6) Jumat, **Kepot** (Kepoin Tetangga)

Segmen ini merupakan segmen di mana penyiar Bharata Radio tic toc dengan penyiar di salah satu stasiun radio di Indonesia. Mereka terhubung melalui sambungan telepon. Saling bertukar informasi dan mengobrol tentang keseharian masyarakat dan budaya lokal masing-masing. Segmen lintas radio ini bertujuan membangun ikatan kerja sama dan menjalin silaturahmi antar sesama awak media radio meski berbeda perusahaan.

#### b. Konten Program Super Sore

##### 1) Senin, **Kepot** (Kepoin Tetangga)

Segmen ini merupakan segmen di mana penyiar Bharata Radio tic toc dengan penyiar di salah satu stasiun radio di Indonesia. Mereka terhubung melalui sambungan telepon. Saling bertukar informasi dan mengobrol tentang keseharian

masyarakat dan budaya lokal masing-masing. Segmen lintas radio ini bertujuan membangun ikatan kerja sama dan menjalin silaturrahi antar sesama awak media radio meski berbeda perusahaan. (*Profile station*, 2016)

2) Selasa, **Pasung** (Pantung Bersambung)

Penyiar akan melempar pantun dan pendengar Bharata Radio menyambung pantun agar terdengar harmonis dan menghibur pendengar Bharata Radio yang lain.

3) Rabu, **Inpus** (Inspirasi Rabu Sore)

Segment ini memuat *live interactive* dengan satu tokoh inspiratif yang menjadi narasumber obrolan. Kontennya ditujukan untuk memotivasi dan menginspirasi pendengar Bharata Radio akan kesuksesan dan raihan tokoh tersebut. Serta mampu memberi pelajaran tentang pengalaman akan kerja keras dan meraih hasil yang memuaskan salah satunya dengan tampil sebagai sosok yang populer di masyarakat.

4) Kamis, **Orasi** (Obrolan Basa-basi)

Penyiar yang berjumlah dua orang akan membahas hal-hal yang sering dijumpai di keseharian kita dengan tampilan yang jenaka.

5) Jumat, **Music Trap & Telepon Artis**

Segment ini mendatangkan satu band musik indie yang *live perform* di studio musik Bharata Radio sekaligus *interview* langsung oleh penyiar tentang sepak terjang mereka di dunia musik dan juga pada segmen telepon artis penyiar akan menghubungi satu artis untuk diajak mengobrol bareng dengan santai.

c. Program Samsat (Semangat Sabtu)

1) Sabtu, **Timeline** ( *Trending topic via social media*)

Membahas tentang apa-apa saja yang ramai dibicarakan oleh *netizen* di dunia maya.

2) Sabtu, **OOTD** (*Outfit of The Day*)

Penyiar akan mengajak sahabat bharata untuk mengirimkan gambar atau foto mereka mengenakan pakaian andalan mereka di hari sabtu pagi.

d. Konten Program Semanggi (Semangat Minggu Pagi)

1) Minggu, **Timeline** ( *Trending topic via social media*)

Membahas tentang apa-apa saja yang ramai dibicarakan oleh *netizen* di dunia maya.

2) Minggu, **Bola Sepak** (Berita Olahraga Sepekan)

Segment ini di mana penyiar khusus menginformasikan berita olah raga selama seminggu. (*Profile station*, 2016)

e. Konten Program Super Weekend

1) Sabtu, **Komik** (Komunitas Kita)

Bharata Radio mengundang berbagai komunitas untuk melakukan *talkshow* seputar kegiatan apa saja yang mereka lakukan dan seperti apa pengaplikasiannya di masyarakat.

## 2) Ahad, **Komik** (Komunitas Kita)

Bharata Radio mengundang berbagai komunitas untuk melakukan *talkshow* seputar kegiatan apa saja yang mereka lakukan dan seperti apa pengaplikasiannya di masyarakat.

### **9. Job Desk All Departement**

#### a. Direktur Pelaksana

- 1) Bertanggung jawab kepada unit usaha abu corp dalam hal ini Bharata Radio
- 2) Menjadikan misi visi perusahaan untuk dijadikan acuan dalam bekerja
- 3) Mengelola dan meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasi perusahaan
- 4) Bersama *Station Manager* membuat *work plan* perencanaan kerja dalam setahun
- 5) Mengatur anggaran dan mengelola biaya

#### b. *Station Manager*

- 1) Membuat langkah kerja ke semua lini departemen
- 2) Merealisasikan rencana kerja dengan menurunkan tahapan kerja semua lini departemen
- 3) Melakukan *briefing* pagi
- 4) Membuat *general meeting*, *meeting sales* dan program ,sekali dalam seminggu
- 5) Melakukan pengawasan langsung terhadap konten siaran dan penyiar
- 6) Bersama Program Director/produser membuat program yang menarik

#### c. Dept. Teknik dan IT

- 1) Melakukan instalasi terhadap semua perangkat siaran jika dilakukan pembaharuan
  - 2) Mengecek secara berkala pemancar siaran berikut *equipment* pelengkap siaran
  - 3) Rutin melakukan pemeriksaan terhadap daya & audio pemancar memastikan tidak ada *blank spot* di area Makassar
  - 4) Sebagai penanggung jawab jika siaran luar studio
  - 5) Fungsi IT secara berkala memeriksa jaringan internet dan *mentainance* perangkat komputer
- d. *Account executive* (AE)
- 1) Monitor aktivitas sales untuk memastikan implementasi program berjalan sesuai rencana
  - 2) *Update account* profil klien untuk mengetahui profil yang dibuat per tahun sebagai informasi data
  - 3) Membuat *sales plan* dan pelaksanaannya untuk program penunjang penjualan
  - 4) Membuat laporan harian dan bulanan yang berkaitan dengan penjualan
  - 5) Melakukan *morning briefing* dengan *station manager* (*Profile station*, 2016)
- e. *Sales & Marketing communication*
- 1) Mempromosikan *brand* dan program Bharata Radio
  - 2) Membentuk pasar (*audience*) yang loyal
  - 3) Membentuk citra (*image*) sehingga menjadi *top of mind*
  - 4) Membangun hubungan yang baik dengan jurnalis cetak & elektronik

- 5) Merancang dan membuat aktivasi *off air*
  - 6) Bersama AE membuat *sales plan* dan pelaksanaanya
  - 7) Membuat laporan harian dan bulanan yang berkaitan dengan penjualan dan promosi
  - 8) Melakukan *morning briefing* dengan *station manager*
- f. *Staff General Accounting (GA)/Human Relation Department (HRD) & Finance*
- 1) Fungsi HRD membuat kontrak karyawan selanjutnya ke HRD pusat
  - 2) Fungsi GA bertanggung jawab ke semua perlengkapan kantor atk, mobiler, pantry, dan kebersihan kantor
  - 3) Membawahi *office boy* (OB) , *customer service & security*
  - 4) Mengatur jadwal OB dan security
  - 5) Fungsi admin membuat *traffic* iklan dan bukti siarnya
  - 6) Fungsi *finance* membuat *cash flow* ,mengatur kas kecil
  - 7) Merekap gaji staf dan karyawan kontrak
- g. *Front Office*
- 1) Melayani tamu yang berkunjung ke Bharata Radio
  - 2) Melayani pertanyaan pertanyaan yang diajukan tamu serta memberikan informasi selengkap mungkin
  - 3) Berkomunikasi denga suara yang jelas serta lembut
  - 4) Membuat database pendengar
  - 5) Menerima dan melayani pemenang kuis Bharata Radio



#### h. Sekretaris Program

- 1) Membuat form absensi siaran dan form oper tugas penyiar
- 2) Merekap absensi siaran selanjutnya menyerahkan ke *finance*
- 3) Membuat jadwal siaran atas persetujuan *station manager/program director*
- 4) Menerbitkan jadwal siaran setiap bulannya via email ke masing masing penyiar dicetak dan di tempel di ruangan studio.
- 5) Membuat dan melaporkan setiap bulan data iklan ke *station manager*
- 6) File copy PO (*placement order*)
- 7) Membuat undangan *meeting* program dan *general meeting*
- 8) Membantu *marcomm* untuk *update* sosial media
- 9) *Back up* tim AE dan *sales marcomm handling* klien

#### i. Produser

- 1) Bersama Program Director mengarahkan program di Bharata Radio
- 2) Bersama tim asisten kreatif untuk membuat program program baru
- 3) Bertanggung jawab untuk produksi iklan (adlibs dan spot)
- 4) Bersama *Program Director* review penyiar
- 5) *Coaching* penyiar jika dibutuhkan
- 6) Final *check* segala bentuk produksi untuk *on air*
- 7) Review topik topik siaran penyiar *prime time* dan *reguler time*

#### j. News Director

- 1) Membuat berita (*bharata news*) baik *recording* maupun *live*
- 2) Memastikan berita (*bharata news*) *update* setiap jam

- 3) Mengatur jadwal reporter
  - 4) Melakukan *review* berita dari reporter
  - 5) Melakukan coaching ke reporter
  - 6) Menentukan *lead* berita setiap hari ke reporter
  - 7) Menentukan jadwal dan lokasi *traffic report* ke reporter
  - 8) Membuat jadwal tugas dan surat tugas ke reporter
- k. Operator Produksi
- 1) Membuat dan memproduksi iklan/bumper/id/insert /pc/program sesuai order dari Program Director dan Produser
  - 2) Membuat jadwal produksi sehingga hasilnya tepat waktu
  - 3) Merapikan database lagu, iklan ,insert dan spot iklan
  - 4) Reproduksi promo acara paling lambat 1kali dalam 2 bulan
  - 5) Berfungsi sebagai operator siaran live *on air* dan *off air*
  - 6) Membantu tim teknik jika di butuhkan
- l. *Creative Assistant*
- 1) Membuat produk program atas arahan dari produser dan pd
  - 2) Membuat dan memproduksi insert insert program bharaata radio
  - 3) Mengatur jadwal tayang insert program
  - 4) Menentukan talent insert
  - 5) Membuat konsep/skrip iklan atas arahan produser
  - 6) Membuat kreatif iklan layanan masyarakat

### ***B. Strategi Kreatif Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Program Sarapan Pagi***

Strategi atau langkah-langkah kreatif dalam suatu program siaran di radio merupakan suatu cara atau trik yang dilakukan oleh seorang *Creative Assistant* untuk tercapainya tujuan program. Berdasarkan hasil penelitian lapangan oleh penulis pada program “Sarapan Pagi” terkait strategi kreatif yang diterapkan oleh *Creative Assistant* menjadikan program tersebut adanya suatu kemajuan, tetapi juga terdapat kekurangan.

Kekurangannya adalah pada program ini tim kreatif sudah cukup berusaha untuk mengemas secara inspiratif dan juga kreatif tiap harinya, tetapi disamping kreativitas segmen yang disajikan tidak jarang para pendengarnya yang kurang partisipasi baik secara aktif maupun pasif. Maka disinilah letak kekurangan bahkan permasalahan yang dikaji penulis terkait segmen-segmen yang ada di program “Sarapan Pagi”.

“Karena mereka masih malu, bahkan takut jikalau jawabannya salah, bisa saja mereka tidak melihat status disosial media kita juga, bisa juga mereka memang tidak tertarik untuk berpartisipasi, mereka lebih memilih menjadi penikmat daripada berperan aktif di dalam segmen tersebut” (Dody, *Wawancara*, 2018)

Hasil observasi dan wawancara yang dilakukan penulis, penyebabnya terjadi karena beberapa hal, diantaranya yaitu para pendengar masih merasa takut untuk salah ketika menjawab pertanyaan pada segmen tertentu, kemudian penyiar yang jarang menulis status mengenai segmen, sehingga para pendengar tidak mengetahui atau melihat status di sosial media, dan memang pada umumnya pendengar lebih memilih untuk menjadi penikmat dibandingkan dengan berperan aktif secara langsung.

Kelebihannya pada program ini terdapat salah satu segmen yaitu “Kepot (kepoiin tetangga) segmen ini, segmen yang menjalin silaturahmi dengan radio-radio luar kota Makassar dengan banyak bertukar informasi terkini dari masing-masing daerahnya, membicarakan topik *headline* yang sedang banyak orang bicarakan, dan berbagi pengalaman yang tentu dikemas dengan menarik dan diselengi humor para penyiar.

“Alhamdulillah, program ini selalu mengalami kemajuan, sampai saat ini sekitaran 85 % kemajuannya. Yang paling diminati dan yang paling tinggi antusias pendengar memang dari topik-topik yang kami bagikan setiap harinya, mereka banyak berpartisipasi di ranah itu, walaupun memang kami sadar masih banyak kekurangan, tapi kami berusaha sebaik mungkin, terlebih untuk segmen-segmen program ini.” (Bahasoan, *Wawancara*, 2018)

Perubahan yang semakin hari semakin maju dialami oleh Bharata Radio dengan taksiran 85 % keberhasilannya dalam menyajikan program “Sarapan Pagi” dengan berbagai segmen saat ini. Peningkatan ini tidak terlepas dari berbagai pihak, baik dari Produser, *Program Director*, *Creative Assistant*, dan juga seorang Penyiar.

“Program ini ada karena kebutuhan pendengar, kebutuhan pendengar yaitu informasi yang terkini, informasi santai, program yang menarik dan juga humoris, walaupun terkadang pasti ada juga yang ingin mendengarkan program islami, sehingga kami membuat segmen khusus belajar islam, program “Sarapan pagi” kami kemas seperti itu sehingga bisa mendatangkan banyak pendengar.” (Taufik, *Wawancara*, 2018)

Program “Sarapan Pagi” lahir berdasarkan kebutuhan pendengarnya (*Based On Need*) sehingga tentu mempunyai tujuan tertentu. Tujuan utama program ini hadir yaitu memberikan informasi yang terkini serta terpercaya yang dikemas secara menarik, kreatif, inovatif, serta ringan yang diselengi dengan nuansa humor sehingga dapat menyenangkan hati pendengar, lebih tertarik dan tidak kaku dalam

mendengarkan atau bahkan menerima informasi yang disampaikan. Hiburan juga diperlukan dalam setiap program, sehingga para pendengar tidak jenuh bahkan bosan mendengarkan informasi.

Strategi kreatif yang diperlukan *Creative Assistant* harus memiliki strategi yang jitu, berkualitas bahkan menarik agar program yang disajikan dapat berjalan sukses dan disukai oleh pendengar, sehingga tentu harus melewati beberapa elemen-elemen pendukung dari keberhasilan tersebut. Elemen-elemen tersebut antara lain:

1. *Creative Assistant*

Bharata Radio menghadirkan berbagai inovasi dalam programnya, salah satunya dalam program “Sarapan Pagi”. Dalam suatu stasiun radio terdapat tim-tim kreatif dibalik program yang kreatif dan menarik, di radio disebut dengan *Creative Assistant*, seorang yang berperan penting dalam suatu program tertentu, seorang yang merancang suatu program, dan turut andil dalam program tersebut, sehingga titik tumpu suatu program terdapat pada *Creative Assistant*, tanpanya terkadang suatu program tidak berjalan sesuai tujuan awalnya.

Program memiliki suatu konten-konten tertentu, konten inilah yang menjadi nilai jual sebuah program dalam meningkatkan kualitas program. Program “Sarapan Pagi” menyajikan berbagai konten-konten menarik seperti, *headline news*, informasi lalu lintas, informasi cuaca, topik terkini sekitar makassar, berbagai insert dan juga tentunya hiburan-hiburan. *Creative Assistant* tentunya berperan aktif dalam menciptakan konten-konten tersebut yang dikemas secara menarik yang tidak lepas dari kerja sama seorang Produser dan Penyiar pada program “Sarapan Pagi”.

“*Creative Assistant* adalah “jantung” program, dimana-mana CA berperan aktif dalam program yang dia pegang. Segala apa yang ada dalam program CA selalu andil di dalamnya, bahkan konten-konten yang ada pada program CA sangat berpengaruh, sehingga seorang CA memang dituntut menjadi orang yang kreatif.” (Bahasoan, *Wawancara*, 2018)

Hal diatas yang menunjukkan bahwa seorang *Creative Assistant* sangat memengaruhi peningkatan kualitas program. Diperlukan tim-tim yang kreatif, mempunyai wawasan luas, seorang yang cerdas dalam bekerja dan tentunya memiliki rasa tanggung jawab yang besar, sehingga dapat tercipta program yang diinginkan oleh para pendengar.

## 2. Penyiar (*Announcer*)

Penyampaian berbagai informasi yang dikemas dalam suatu program tidak akan tersalurkan tanpa hadirnya seorang penyiar. Penyiar adalah seorang yang menyampaikan informasi disuatu stasiun radio dengan berbagai karakter masing-masing. Suksesnya suatu program terlihat dari penyiarnya, seberapa bisa mereka menyampaikan segala informasi penting, seberapa bisa mereka membawakan program dengan santai dan asik terhadap pendengar.

“Ketika penyiar *on talk* memberikan informasi kepada pendengar sangat berpengaruh berhasilnya informasi yang disampaikan, seberapa berpengaruh informasi bagi para pendengar, di sinilah peran penting seorang penyiar dalam bercakap dan bertutur kepada pendengar. Penyiar tentu dituntut menjadi seorang yang cerdas dan berwawasan luas. Pembawaan siaran dengan karakter masing-masing juga menjadi elemen penting dalam siaran.” (Taufik, *Wawancara*, 2018)

Menjadi seorang penyiar tidak hanya bisa cakap berbicara, banyak hal yang harus ditekuni seorang penyiar seperti, “pribadi yang menyenangkan, *attitude*, cerdas, ceria, dewasa, berlaku profesional dan berwawasan luas”. Karakter di atas juga

menunjang meningkatnya suatu program pada stasiun radio. Kepuasan pendengar mendengarkan informasi dapat diukur dari pembawaan siaran seorang penyiar, sehingga perlu pemilihan penyiar yang tepat pada setiap programnya.

“Penyiar juga harus cerdas berimprovisasi, karena pada umumnya seorang penyiar memang dituntut untuk banyak bicara, tapi memiliki bobot yang berkualitas. Banyak penyiar yang dari karakternya memang sudah terbentuk untuk cerdas berimprovisasi, tetapi banyak juga penyiar yang memang harus memulai karirnya dari awal sehingga bisa cerdas sampai sekarang.” (Taufik, *Wawancara*, 2018)

Penyiar juga dituntut menjadi pribadi yang kreatif, walaupun ada seorang *Creative Assistant* dibalik suatu program, karena improvisasi kata pada program tergantung dari seorang penyiar, baik dan tidaknya dalam bertutur kata dibutuhkan penyiar yang cakap berbicara. Berbeda dengan penyiar yang kreatif pada dasarnya, tidak sulit baginya untuk berimprovisasi kata ketika siaran sedang berlangsung, bahkan bisa saja dari para penyiar terbangun kualitas program yang lebih baik, sehingga dalam pemilihan penyiar sangat perlu banyak pertimbangan-pertimbangan.

“Respon pendengar biasa kita lihat dari *chart flow*, jadi segala perkembangan atau mungkin juga menurunnya kualitas program dapat kita lihat dari situ, makanya penyiar memang juga berperan aktif untuk meningkatkan kualitas program”. (Taufik, *Wawancara*, 2018)

Mengetahui kualitasnya sebuah program, perlu diketahui respon pendengar, seberapa sering mendengarkan program “Sarapan Pagi”. Bharata Radio meninjau dari *Chart Flow* yang terkadang berkembang dan juga menurun. Semua itu kembali lagi dilihat dari penyiar yang membawakan program tersebut. Mayoritas pendengar program “Sarapan Pagi” menginginkan konten-konten yang bersifat ringan ataupun topik ringan yang tidak memerlukan berpikir keras untuk menganalisa suatu

informasi, dan tentunya pada pagi hari para pendengar membutuhkan hiburan-hiburan yang seru dan menarik.

Seorang penyiar harus terlihat pintar, *theater of mind*, mampu menguasai ruang siaran dengan penuh tanggung jawab, menyampaikan informasi dengan baik dan jelas, tidak kelabakan dan blibet, bahasa siaran yang digunakan mudah dipahami dan dimengerti, dan lain sebagainya. (Said, 2012: 143)

Banyak hal yang perlu diperhatikan dalam segi Penyiar, bahkan seorang penyiar juga perlu dievaluasi oleh *Creative Assistant* sehingga kesalahan-kesalahan yang terjadi tidak terulang kemudian, dan bisa lebih meningkatkan kualitas diri, inilah juga salah satu yang dapat meningkatkan kualitas program.

### 3. *Teamwork*

Kerja tim atau *teamwork* sangat diperlukan dalam suatu organisasi manapun, termasuk di radio yang mayoritas orang banyak bekerja. Kerja tim di stasiun radio sangat berpengaruh dalam peningkatan kualitas program, bentuk kerja sama yang solid dibutuhkan dalam pembentukan program, penjualan program pada khalayak ataupun konsumen, bahkan dalam pengambilan keputusan dibutuhkan musyawarah.

“Bharata Radio memang selalu mengedepankan kerja sama, karena dari sanalah lahir ide-ide dan gagasan yang kreatif sehingga memunculkan program yang kreatif pula, walaupun memang kerja tim juga pasti mempunyai kekurangan, seperti konflik pendapat sama halnya berbeda pendapat, tapi itulah yang disebut pengalaman keraj tim.” (Bahasoan, *Wawancara*, 2018)

Kerja tim tidak jarang terjadi konflik-konflik atau perbedaan pendapat disetiap orangnya, yang memang setiap pendapat yang harus diterima, masukan-masukan, ide, dan gagasan semua bersatu dalam suatu musyawarah yang dikerjakan dalam suatu



tim. Tidaklah mudah bekerja dalam suatu tim, dibutuhkan konsentrasi, tanggung jawab bahkan kesabaran yang tinggi dalam bekerja, itulah yang disebut dengan konsekuensi kerja tim, tetapi dari sanalah muncul ide-ide kreatif, gagasan yang menarik yang akan dituangkan dalam suatu program.

#### 4. Evaluasi

Evaluasi ada untuk memperbaiki kesalahan dalam siaran atau bahkan program yang dibawakan oleh penyiar. Evaluasi salah satu elemen penting dalam peningkatan kualitas program, evaluasi perlu diadakan oleh seorang *Creative Assistant* terhadap para penyiar, bahkan dapat menentukan *punishment and reward* para penyiar.

“biasanya evaluasi kita adakan khusus untuk program selama 1 bulan ada 2x, dan untuk secara keseluruhan kita adakan 1x dalam 6 bulan. Evaluasi massa tentu membahas keseluruhan mengenai keseluruhan program, tetapi untuk program tersendiri pasti lebih ketat dan spesifik.” (Taufik, *Wawancara*, 2018)

Bharata Radio mengadakan evaluasi sebanyak 2x, yaitu evaluasi program 1 bulan 2x dan evaluasi massa 6 bulan sekali. Evaluasi program tentu membahas program “Sarapan Pagi”, dengan segala konten yang disajikan ditemani oleh Produser dan juga *Program Director*.

Evaluasi massa, membahas segala program beserta *Creative Assistant* di tiap programnya, membahas program kedepannya, dan juga membahas item-item tertentu jika ada. Evaluasi ini dipimpin langsung dari senior produser, yang mana sudah ahli dibidang penyiaran, dan tentu banyak masukan-masukan bahkan saran yang perlu dikembangkan, sehingga program terus maju dan berkembang.

## 5. Format Acara

Berhasil atau tidaknya suatu program radio bergantung pada design/konsep program tersebut. Tidaklah mudah menarik perhatian pendengar ataupun khalayak, terlebih banyaknya radio-radio pesaing yang menyajikan konten-konten siaran yang hampir sama. Format acara yang disajikan harus berkualitas dan menarik. (Bahasoan, PD: wawancara)

“Sekarang sudah banyak bermunculan radio-radio pesaing dengan segmen dan konten program yang hampir sama, terkhusus di Makassar, makanya diperlukan program yang berkualitas dan menarik itulah yang membedakan. Format acara juga dibuat semenarik mungkin karena itulah yang dapat membuat pendengar ingin terus mendengarkan program yang disajikan.” (Bahasoan, *Wawancara*, 2018)

Maka dari itu tidaklah mudah menciptakan suatu konsep atau design program yang sukses dan menarik untuk disajikan terhadap para pendengar. Dibutuhkan pemikiran yang kreatif, inovatif dan tentu terstruktur.

“Format acara juga mempunyai beberapa elemen yang perlu diperhatikan dalam menciptakan suatu program diantaranya: ide/gagasan, nilai suatu program tentu terdapat dalam ide dan gagasan yang kreatif, dikemas semenarik mungkin. Bharata Radio hadir dalam segemen kombinasi antara segmen dewasa dan islami”. (Taufik, *Wawancara*, 2018)

Menciptakan suatu format acara tentu mempunyai tahapan-tahapan tersendiri, berikut tahapannya:

### a. Ide/Gagasan

Menciptakan sesuatu tentu dilandaskan dengan ide/gagasan yang kreatif. Menyusun *rundown* program, pemilihan topik siaran merupakan bagian pekerjaan dari seorang CA sehingga dapat tersalurkan menjadi ide yang kreatif. Ide ini lahir karena

Bharata Radio ingin menciptakan program yang membuat para pendengarnya di pagi hari merasa santai saat melakukan pekerjaan ataupun untuk yang baru memulai aktivitasnya baik di rumah maupun di luar rumah. Membuat program yang menarik dan tidak membuat jenuh diperlukan pada program ini dengan segmen-segmen yang menghibur.

Banyaknya macam-macam kreasi program yang sering didengarkan, menjadikan program “Sarapan Pagi” tampil dengan segmen-segmen yang berbeda di bawah naungan *Creative Assistant* dan juga Produser program, dengan memadukan segmen dewasa dan juga segmen islami, yang bisa membuat para pendengar terhibur dengan informasi yang diberikan.

Program “Sarapan Pagi” dipilih dengan harapan program ini dapat memberikan manfaat kepada para pendengar dengan berbagai segmen berbeda tiap harinya, nama program yang mudah untuk dihafal menjadikan program ini selalu diingat oleh para pendengar, sebagai penyemangat aktivitas di pagi hari.

“Sasaran program juga termasuk dalam elemen suatu format acara, kita harus mengetahui sasaran yang dituju dalam menciptakan suatu program, begitu pula tujuan terbentuknya program tersebut. Suatu program tidak akan lahir tanpa adanya tujuan yang jelas. Konten yang menghibur kami coba padukan dalam program “Sarapan Pagi”, seperti yang didengarkan oleh pendengar adanya segmen games seperti “nyantol, telaga dan tebas”, *sharing* informasi dalam segmen “kepot dan kosbang” itulah konten-konten yang bisa menghibur pendengar.” (Taufik, *Wawancara*, 2018)

Dalam pencarian ide untuk menentukan suatu segmen pada tahap pra produksi ide ini didapatkan darimana saja, baik tim produksi, produser, tim kreatif bahkan dari

para penyiar. Banyaknya pertimbangan-pertimbangan dalam menciptakan suatu program, diantaranya:

- 1) Memerhatikan kebutuhan pendengar
- 2) Pencarian konten yang menghibur
- 3) Sasaran atau khalayak yang dituju

Hal di atas sangat perlu diperhatikan dalam menciptakan program yang berkualitas, kreatif dan inovatif dengan dukungan dari pihak-pihak yang menunjang perogram tersebut.

#### b. Sasaran Program

Penentuan program tentu diperhatikan pula sasaran/khalayak program. Bharata Radio Makassar sebagai radio remaja, mempunyai sasaran terstruktur pada Program “Sarapan Pagi” dengan presentase laki-laki (50 %) dan Perempuan (50 %), untuk sasaran usia 20-24 (10 %), 25-29 (25%), 30-34 (25%), 35-39 (25 %), 40-50 (15 %). Pada umumnya sasaran utama pada program “Sarapan Pagi” adalah para pemuda-pemudi dewasa. (*Profile station*, 2016)

#### c. Tujuan Program

Setiap program yang disajikan tentu memiliki tujuan pada umumnya, sehingga lahirlah program ini. Tujuan utama pada program ini tentu dengan harapan dapat menginformasikan informasi yang berkualitas tanpa ada unsur kebohongan, informasi ringan yang dikemas semenarik mungkin dengan pembawaan seorang penyiar dengan karakter mereka masing-masing. Sangat besar harapan Bharata Radio kepada masyarakat bisa menerima program ini dan menjadikannya program yang diminati

banyak orang. Informasi yang diberikan tentu bisa menambah wawasan pendengar, sehingga tidak ketinggalan informasi terkini.

“Tujuan terciptanya suatu program, tentu untuk menginformasikan segala berita dan informasi yang dikemas dengan menarik tentunya dibawakan oleh penyiar yang sesuai dengan program tersebut. Selain menginformasikan juga menghibur pendengarnya, hiburan tersebutlah yang bisa menyenangkan hati pendengarnya terhadap informasi yang diberikan.” (Taufik, *Wawancara*, 2018)

Program ini selain memberikan informasi tentu juga harus menghibur para pendengarnya. Terhiburnya para pendengar tergantung pada program ataupun segmen yang disajikan, maka dari itu seluruh tim kreatif ataupun orang yang berperan penting dalam pembuatan program ini memerlukan pikiran dan kerja keras sehingga terbentuk program yang diinginkan, yang dapat menghibur dan tentu bernilai edukasi.

Menyenangkan hati serta memanjakan telinga pendengar menjadi salah satu tujuan terbentuknya program ini. Pembawaan siaran seorang penyiar, materi yang disampaikan, program yang disajikan, segmen yang dihadirkan merupakan elemen-elemen terpenting untuk mencapai tujuan tersebut, juga elemen tersebut yang melatarbelakangi hadirnya program “Sarapan Pagi”.

#### 6. *Punching Line*

Penggunaan *punching line* (kejutan-kejutan pada akhir percakapan) terhadap program “Sarapan Pagi” perlu dipertimbangkan dalam hal siaran oleh *Creative Assistant*. Program ini terkadang menerapkan proses tersebut saat siaran. Tetapi pada dasarnya tidak dianjurkan, karena bukanlah suatu hal yang wajib.

“Membuat pendengar untuk tertarik dengan siaran kita itu perlu banyak kreasi-kreasi, baik dari segi program, segmen, insert, konten, bahkan lawakan

atau candaan penyiar juga berefek pada respon pendengar. *Punch line* sebenarnya harus lebih diterapkan oleh banyak penyiar Bharata, sifatnya yang menghibur dan lucu untuk didengarkan.” (Dodi, *Wawancara*, 2018)

*Punching line* pada umumnya dapat menghibur pendengar hingga membuat tertawa, karena *punching line* sejenis dengan *joke* atau candaan ketika siaran berlangsung antara para penyiar. Inilah yang menjadi nilai plus bahkan yang membuat pendengar tertarik untuk mendengarkan program yang disajikan. Perlunya penekanan dari *Creative Assistant* kepada penyiar dalam penerapan proses *punching line*.

## 7. Musik

Musik merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kualitas program. Musik dapat dikatakan “Nyawa” suatu program tanpa musik program terasa tidak menarik ditelinga pendengar. Irian musik ketika penyiar sedang berbicara, menjadi salah satu daya tarik program ketika disiarkan kepada khalayak.

“Berbicara masalah musik, sangat penting dalam kualitas program bahkan kualitas siaran seorang penyiar, makanya diperlukan seorang *Music Director* (MD) dalam pemilihan musik yang sesuai *genre*. Musik erat kaitannya dengan selera pendengar, sehingga perlu pemilihan musik yang sesuai.” (Dodi, *Wawancara*, 2018)

Pemilihan musik dengan berbagai macam *genre* juga sangat penting dimana hal ini berperan penting seorang *Music Director* (MD), seorang yang mengatur alur musik dengan berbagai *genre* untuk diputarkan kepada pendengar, musik berkaitan erat dengan selera, selera yang baik, tentu akan memutarakan lagu yang baik serta menghibur, berbeda dengan CA yang sifatnya mengontrol atau meninjau musik yang sesuai dengan segmentasi program yang telah dipertimbangkan dari MD.

Seorang MD dituntut untuk memiliki rasa *sense of music* (kepekaan terhadap musik) sehingga tidak susah untuk menentukan suatu musik terhadap program-program yang bersangkutan, karena pada umumnya proses siaran merupakan pekerjaan hati, dalam artian segala yang dilakukan dalam siaran tidak semena-mena dikerjakan, harus mempunyai kepekaan, perasaan dan selera yang terarah.

“*Sense of music* identik dengan MD, mereka dituntut untuk peka terhadap musik pada semua *genre* yang juga sesuai untuk program yang disajikan, sehingga musik juga memang elemen yang cukup penting dalam kualitas siaran dan program.” (Taufik, *Wawancara*, 2018)

Berdasarkan pada apa yang penulis amati setelah melakukan penelitian, hasil wawancara dan observasi, bahwasanya musik juga merupakan salah satu elemen yang penting dalam proses siaran sebagai bentuk peningkatan kualitas program. Penulis memahami satu hal, walaupun terlihat simpel mengenai musik ternyata memilih dan menentukan musik yang sesuai pada program yang disajikan, sangat berpengaruh terhadap nilai kreativitas suatu program.

#### 8. *Tune & Bumper*

*Tune* atau *Opening Tune* merupakan identitas suatu pembuka program siaran. Program “Sarapan Pagi” menghadirkan *opening tune* berdurasi 30 detik. *Opening tune* program ini dikemas dengan sederhana tetapi tetap menarik untuk disiarkan, sehingga para pendengar lebih mudah untuk mengingat dan mengetahui bahwasanya program “Sarapan Pagi” akan segera dimulai. (Bahasoan, Produser: *Wawancara*)

“*Tune* dan *bumper* Bharata Radio sangat berpengaruh untuk mengawali program dan juga mengakhiri program ini. Semua itu sebagai penanda agar pendengar lebih mudah mengingat dan mengetahui, sehingga dikemas secara singkat dan ringan.” (Bahasoan, *Wawancara*, 2018)

*Bumper* merupakan identitas pemenggalan atau jeda suatu program, antara *talk* penyiar dan memasuki musik yang akan diputarkan. Program “Sarapan Pagi” diiringi 2 macam *Bumper*, yaitu *Bumper In* dan *Bumper Out*. *Bumper In* sebagai penanda masuknya kembali program “Sarapan Pagi” setelah jeda musik ataupun iklan, sedangkan *Bumper Out* adalah penanda jeda *talk* penyiar pada program.

Seperti halnya beberapa strategi atau langkah dalam peningkatan kualitas program yang telah dijelaskan oleh penulis di atas, seorang CA atau bahkan penyiar tidak melewatkan perhatiannya terhadap *Bumper* dan *Tune*, kedua elemen tersebut dibuat dengan sederhana, agar memudahkan para pendengar mengingatnya.

#### 9. Interaktif Program

Interaktif tentunya melibatkan para pendengar dengan topik atau pembahasan yang disampaikan oleh penyiar. Selain *Chart Flow* interaktif melalui sosial media seperti instagram, facebook, *whatsapp* menjadi salah satu wadah untuk mengetahui respon pendengar terhadap program yang disajikan. Interaktif melalui telepon juga sangat berpengaruh dalam mengetahui respon pendengar dan juga lebih puas dalam hal informasi yang kami berikan.

“Respon pendengar sangat besar pengaruhnya terhadap kualitas program, bisa dilihat dari *chart flow*, interaktif melalui telepon dan media *online*. Partisipasi kami harapkan memang lebih banyak melalui telepon, agar penyiar dan pendengar bisa secara langsung berinteraksi dan bertukar pendapat bila diperlukan.” (Bahasoan, *Wawancara*, 2018)

Program “Sarapan Pagi” terdiri dari beberapa segmen yang dominan membutuhkan partisipasi ataupun interaktif langsung dari para pendengarnya, tidak



hanya untuk unsur kesengajaan atau (*setting*), Sehingga untuk mendapatkan partisipasi lebih memang butuh kerja keras yang membuat para pendengar tertarik untuk berpartisipasi terlebih interaktif secara langsung kepada penyiar di studio.

#### 10. Penyimpanan Sumber-sumber Program

Penyimpanan sumber-sumber program ini diartikan agar program bisa dipakai kembali lagi suatu saat, adanya pertimbangan-pertimbangan *break* salah satu program, tetapi ketika akan disiarkan kembali tentu saja pengemasannya tampil dengan berbeda.

“Memang sudah seharusnya adanya program cadangan atau program yang *break*, sehingga lebih diketahui seberapa besar pengaruh program yang kami sajikan kepada pendengar, dan juga memang perlunya pembaruan program yang telah *break* dan mengemas ulang konten-kontennya.” (Bahasoan, *Wawancara*, 2018)

Ketersediaan materi ataupun informasi dan penyiar benar-benar harus diperhitungkan dan ditinjau kembali, tentunya dengan pengemasan ulang program tersebut yang dibuat berbeda pada awalnya, pendekatan yang berbeda sehingga terlihat menarik untuk disiarkan kembali.

#### 11. Daya Penarik Massa

Cara untuk menarik massa sebenarnya sangat perlu diperhatikan. Stasiun-stasiun penyiaran mendapatkan keuntungan dengan mengumpulkan semaksimal mungkin massa/pendengar dengan cara penjualan program yang dikemas dengan menarik dan kreatif. Perbedaan minat dan hal pendengar perlu diperhatikan oleh suatu stasiun radio, sehingga dapat menjadi acuan untuk pembentukan program yang kelak akan disajikan.

“Massa ataupun khalayak sangat berpengaruh dalam keuntungan program maupun stasiun radio, sehingga perlunya menarik pendengar sebanyak mungkin dengan menyajikan program-program. “Sarapan Pagi” hadir dengan berbagai segmen yang siap menghibur telinga pendengarnya. Tidak jarang terdapat banyak hambatan dalam menciptakan suatu program dalam menarik banyaknya massa, tetapi semua tidak lepas dari kerja sama pihak-pihak yang berkaitan seperti Produser, PD, MD, CA, bahkan para penyiar.” (Bahasoan, *Wawancara*, 2018)

Segmen program “Sarapan Pagi” yaitu Nyantol (Nyanyi ditodong telpon), Telaga (tebak lagu dan artis), Tebas (Tebak benar salah), Kosbang (kosong banget) Kepot (kepo in tetangga) dan belajar islam, segmen di atas mencoba jadi penghibur dan tentunya memanjakan telinga para pendengar dengan kemasan yang menarik, membuat kita santai dan dapat memenuhi kebutuhan pendengar. (*Profile station*, 2016)

Berdasarkan data wawancara, observasi dan penelitian yang dilakukan oleh penulis, berbagai macam atau berbagai strategi diterapkan dalam peningkatan kualitas program “Sarapan Pagi”. Penyusunan strategi yang terstruktur tentu didasarkan oleh para Produser, PD, CA bahkan penyiar-penyiar. Hambatan-hambatan tentu ada dalam melakukan penyusunan strategi, tidaklah mudah menciptakan suatu perubahan yang besar.

Berbagai strategi ataupun langkah-langkah kreatif yang diterapkan oleh CA untuk meningkatkan kulaitas program “Sarapan Pagi”. Beberapa strategi tersebut terkait pemilihan CA, Penyiar, *Teamwork*, evaluasi, format acara, *punching line*, musik, *tune & bumper*, penyimpanan sumber-sumber program, dan daya penarik massa.

Penerapan strategi diatas nampaknya cukup berpengaruh dan efektif dalam peningkatan kualitas program “Sarapan Pagi”. Terbukti Program ini masih tetap mengudara dan juga kualitas program yang semakin meningkat dengan presentase 88 %, yang juga didukung oleh beberapa sponsor-sponsor. Upaya CA dalam meningkatkan kualitas program akan lebih efektif jika memaksimalkan publikasi kepada khalayak/pendengar.

Terkait tugas seorang CA, disini CA sudah sangat berperan penting dan bertanggung jawab dengan apa yang ia emban, mulai dari pra produksi, produksi, paska produksi dan evaluasi pada program. Seorang CA sudah seharusnya dituntut persoalan program, tidak jarang seorang CA harus bekerja keras dalam menciptakan program yang berkualitas.

Tentu dalam penelitian ini, penulis juga menemukan suatu kelebihan dan kekurangan pada program “Sarapan Pagi”. Kelebihannya antara lain, bahwa Produser, CA, PD merupakan seorang pekerja keras dan cerdas, karena keterbatasan daya manusia tetapi tetap dapat terus berkarya, kemudian program dengan segmen-segmen yang menghibur tidak lepas dari sumber daya yang terbatas, mempunyai ide dan gagasan yang menarik, kemudian sumber daya yang multi talenta, dalam artian jabatan yang merangkap pun mereka bisa tangani. Kekurangannya, seperti yang telah penulis jelaskan sebelumnya, bahwa segmen yang ada di program “Sarapan Pagi” kurang menarik perhatian pendengar, sehingga dibutuhkan strategi yang tepat dalam meningkatkan kualitas program.

### ***C. Tanggapan Pendengar terhadap Program "Sarapan Pagi" Bharata Radio***

Suatu program dikatakan berkualitas salah satunya karena adanya timbal balik antara seorang penyiar dan pendengarnya, baik berinteraksi secara langsung maupun interaksi melalui sosial media.

Hasil wawancara penulis bersama beberapa pendengar Bharata Radio menunjukkan bahwasanya Program "Sarapan Pagi" memiliki kualitas yang baik ataupun dampak yang positif terhadap pendengarnya dalam menyajikan informasi dengan menjalankan strategi yang telah diterapkan oleh *Creative Assistant* seperti yang telah diteliti oleh penulis.

"Program sarapan pagi sangat menghibur aktifitas saya dipagi hari, bikin semangat ditambah suara dan pembawaan dari penyiarinya yang kocak tapi tetap santun, banyak informasi yang terbaru sering saya dengar, isi siarannya juga tidak membosankan." (Dewi, *Wawancara*, 2018)

Program "Sarapan Pagi" pada umumnya dapat menghibur para pendengarnya dengan pembawaan penyiar dan juga berita yang diinformasikan bersifat edukasi sehingga pendengar tertarik untuk mendengarkan program ini.

"strategi inilah yang harus dipertahankan diprogram sarapan pagi, 11 strategi tersebut harus selalu diterapkan sehingga lebih meningkat lagi dari hari kehari, karena sebagai pendengar saya sangat merasakan efeknya, apalagi pemilihan musik itu sangat perlu, apalagi kalau pagi perlu yang semangat-semangat." (Ayu, *Wawancara*, 2018)

Strategi yang telah diteliti penulis, sangatlah berpengaruh kepada para pendengar dalam meningkatkan kualitas program "Sarapan Pagi", 11 strategi tersebut perlu untuk dipertahankan bahkan dimaksimalkan dalam penyajian program "Sarapan

Pagi”, salah satunya adalah pemilihan musik yang tepat dipagi hari sebagai penyemangat dan pembuka aktifitas pendengar.

“kalau strategi utama untuk meningkatkan kualitas program menurut saya itu semua titiknya di penyiarnya, seluruh sumber yang keluar di udara dan sampai didengar pasti tergantung bagaimana penyiarnya membawakan programnya, tetapi tidak dipungkiri 11 strategi itu tentu mempunyai efek dan pengaruh pada program, maka dari itu perlu pemilihan penyiarnya yang cerdas” (Ridwan, *Wawancara*, 2018)

Strategi utama yang dapat meningkatkan kualitas program adalah seorang

Penyiar atau Sumber Daya manusia pada program ini, segala informasi yang akan disampaikan kepada pendengar tentu bergantung dan terkontrol langsung dari seorang penyiarnya. Jika *Creative Assistant* berperan penting dalam produksi bahkan isi program, maka seorang penyiarnya lah yang berperan penting ketika menginformasikan suatu berita ataupun konten-konten siaran yang telah disiapkan layaknya ketika *On Air*.

## BAB V

### PENUTUP

#### *A. Kesimpulan*

Berdasarkan data yang dihimpun dan dianalisis oleh penulis, maka terkait dengan rumusan masalah yang dikaji dapat disimpulkan bahwa *Creative Assistant* (CA) pada Program “Sarapan Pagi” melakukan beberapa strategi atau langkah-langkah kreatif dalam meningkatkan kualitas program.

Strategi utama yang dilakukan dalam meningkatkan kualitas program tentu seorang CA perlu banyak hal yang diterapkan seperti penyusunan *rundown* yang rapi dan terarah, pemilihan topik siaran yang menarik untuk didengarkan, penentuan *punishment and reward* sebagai bahan pembelajaran penyiar, meninjau dan mengontrol pemutaran musik sesuai program. Strategi di atas tentu dapat berjalan dengan lancar jika diikuti beberapa elemen-elemen seperti selalu mengadakan evaluasi untuk kemajuan program, kemudian memerhatikan SDM (penyiar), *teamwork* atau kerja sama, pemilihan *Creative Assistant* (CA), penyusunan atau design format program yang terdiri dari suatu ide/gagasan, sasaran program serta tujuan program, pemilihan dan pemutaran musik (*sense of music*), *punching line* (kejutan-kejutan pada akhir perckapan), *tune & bumper*, interaktif program, penyimpanan sumber-sumber program, dan daya penarik massa. Kreatifitas CA tercermin dari upaya untuk memecahkan masalah dan kendala-kendala yang terjadi.

### ***B. Implikasi Penelitian***

Setelah melihat dan mengumpulkan data dari hasil observasi maupun wawancara yang dilakukan, penulis dapat menyimpulkan implikasi penelitian dari segi teoritis dan praktis, diantaranya:

1. Implikasi teoritis hasil penelitian ini yaitu mampu memberi pemahaman tentang strategi ataupun trik kreatif dalam meningkatkan kualitas program, menarik simpati pendengar, dan juga mampu menggambarkan program-program ataupun segmen-segmen yang kreatif pada stasiun radio.
2. Implikasi praktis penelitian ini yaitu sebagai bahan informasi bagi pembaca, acuan dan referensi penelitian yang berkaitan, sebagai ragam penelitian antara ilmu komunikasi dan dakwah serta referensi bagi siapa yang ingin mendirikan suatu stasiun radio penyiaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Mafri. *Etika Komunikasi Massa Dalam Islam*. Tangerang: PT.Logos Wacana Ilmu, 1999.
- Bakhtiar, Saiful. *Cara Gampang Jadi Penyiar Radio*, Cet.1: Yogyakarta: PT. Indonesia Cerdas, 2006
- Departemen Agama RI. *Al-quran Cordoba*. Cet.8: Bandung: PT. Cordoba Internasional Indonesia, 2016.
- Destivani, Aghni Rizkika. *Quo Vadis Industri Radio Di Kota Makassar. Skripsi*. Makassar: Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu politik Universitas Hasanuddin, 2014.
- Djamal, Hidajanto, Andi Fachruddin, *Dasar-dasar Penyiaran*, Cet. 1; Jakarta: Prenadamedia Group, 2011.
- Djamal, hidajanto, dan Andi Fachruddin. *Dasar-dasar penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional dan Regulasi*. Cet.2; Jakarta: PT. Kencana Prenadamedia Group, 2013.
- Fachruddin, Andi. *Dasar-dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, laporan Investigasi, Dokumenter dan Teknik Editing*. Cet.4; Jakarta: PT. Kencana Prenadamedia Group, 2017.
- Hidayat, Dedy Nur. *Pengantar Komunikasi Massa*, cet.6: Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2014.
- Hamid, Abdul. *Reka cipta dan inovasi dalam perspektif kreativiti*. Cet.1; Malaysia: PT. Ratu. SDN.BHD, 2006.
- Masduki. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Cet.1: Yogyakarta: PT LkiS Pelangi Aksara Yogyakarta, 2004.
- Morrison. *Manajemen Media Penyiaran :Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Cet. 1: Jakarta: PT Kencana, 2008.
- Onong, Uchjana, Effendi, *Dimensi-dimensi Komunikasi*, Bandung: PT. Alumni, 1986.
- Romli, Khomsahrial. *Komunikasi Massa*. Cet.1; Jakarta: PT Gramedia, 2016.



- Said, Irwanti, *Fungsi Sosial Siaran Radio*, Makassar: Alauddin University Press, 2012.
- Suprpto, Tommy. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*, Cet.1: Yogyakarta: Medpress, 2009.
- Suprpto, Tomy. *Berkarir di Dunia broadcasting* Yogyakarta: Media Pressindo, 2006.
- Sugiarto, eko. *Metode Penelitian Kualitatif*. Cet.1; Yogyakarta: Suaka Media, 2015.
- Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun: Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Cet.2; Bandung: Alfabeta cv. 2014.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*. Cet.21; Bandung: Alfabeta Cv, 2013.
- Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-quran*, Cet.1; Jakarta: Lentera hati, 2002.
- Tim penyusun kamus pusat pembinaan dan pengembangan bahasa departemen pendidikan dan kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai pustaka, 2005.
- Wanda, Yulia. *Andai Aku Jadi Penyiar*. Cet. 1; Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010.

#### PUSTAKA ONLINE

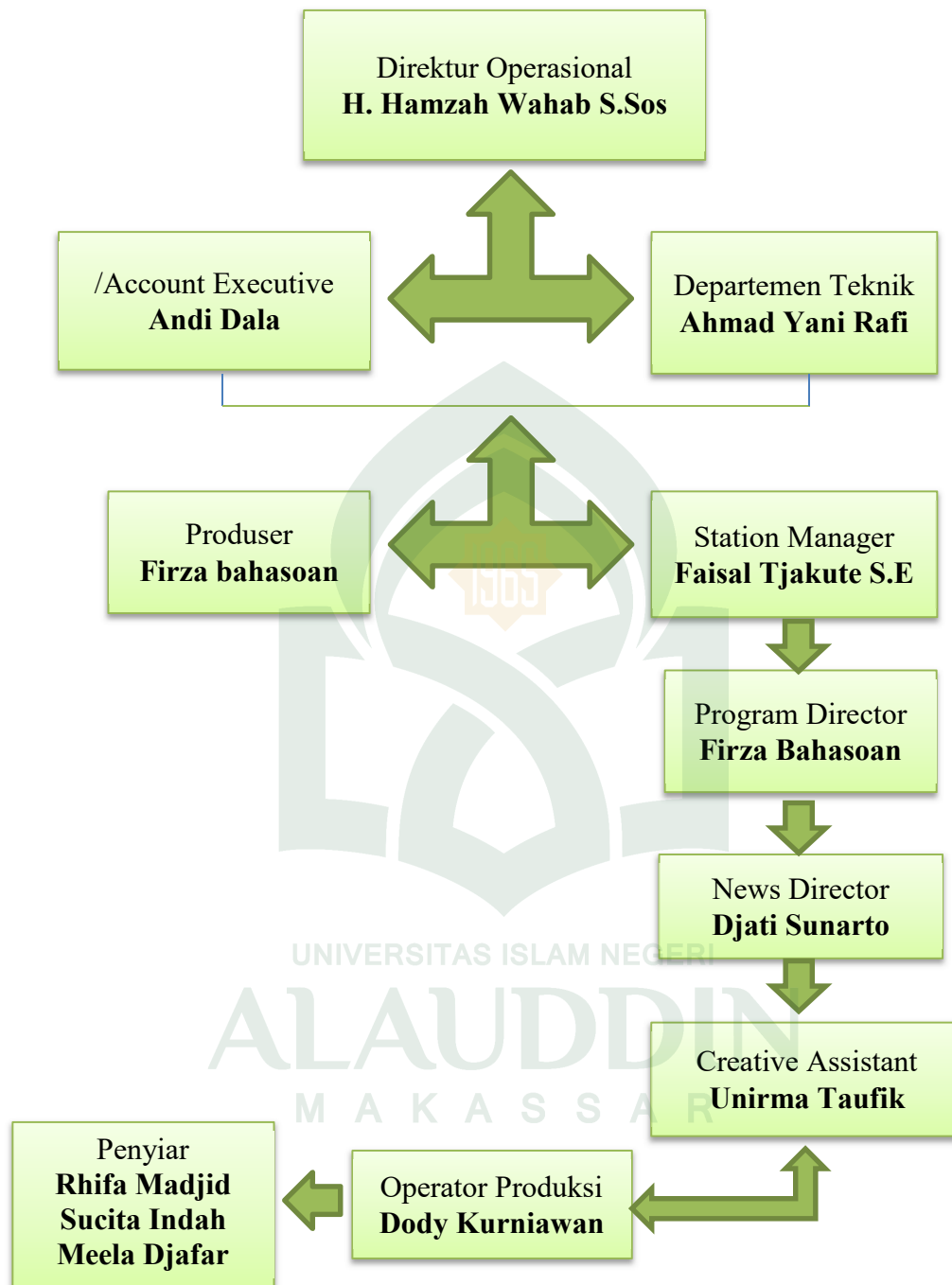
- Fatimah Ibtisam, "Inilah 5 Posisi Kerja Entry Level di Bagian Produksi"  
<https://www.youthmanual.com/post/dunia-kerja/karier/inilah-5-posisi-kerja-entry-level-di-bagian-produksi-televisi-radio> akses 26 dseember 2016
- Indraprawita, "perencanaan Program televisi" <http://www.slideshare.net/Rezkajuditta/perencanaan-program-televisi-by-indra-prawita> akses hari selasa, 08 mei 2014, pukul 23.30 WIB.



# LAMPIRAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
**ALAUDDIN**  
M A K A S S A R

## Struktur Organisasi Bharata Radio



<b>Nama Program</b>	<b>SARAPAN PAGI</b>
<b>Hari/tanggal/jam</b>	<b>JUMAT / 03 NOVEMBER 2017/ 20.00 – 22.00 WITA</b>
<b>Host</b>	<b>FIRZA &amp; MOCHDY</b>
<b>Producer</b>	<b>UNI TAUFIK</b>
<b>Operator</b>	<b>DODY</b>

<b>Waktu</b>	<b>Aktivitas</b>
06.00 – 06.01	PERGANTIAN JAM
06.01 – 06.01	OPENING TUNE SARAPAN PAGI
06.01 – 06.02	Opening (VO 1) :  95,2 FM Bharata Radio Lagu Hits Terbaik/ BERSAMA FIRZA & MOCHDY SAMPAI JAM SEPULUH/SAATNYA SARAPAM PAGI MENEMANI SAHABAT/.....//
06.02 – 06.06	Lagu Hits (Indonesia Recurrent )
06.06 – 06.06	Bridging ID PENDEK (5 / 1)
06.06 – 06.10	Lagu Hits (Indonesia Current)
06.10 – 06.11	BUMPER MUSIC ID
06.11 – 06.15	Lagu Hits (Indonesia Recurrent)
06.15 – 06.16	VO (2) :  DATA 1 SEGMENT CAPILA (CERITA PAGI DAN LAGU)
06.16 – 06.20	Lagu Hits (Barat Current)
06.20 – 06.20	Bridging ID PENDEK (5 / 1)
06.20 – 06.21	Lagu Hits (Indonesia Recurrent)
06.21 – 06.23	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Iklan 1</li> <li>• Iklan 2</li> </ul>
06.23 – 06.27	Lagu Hits (Indonesia Current)
06.27 – 06.27	Id Hits 90'an
06.27 – 06.31	Lagu hits 90's
06.31 – 06.32	VO (3)  DATA 2 SEGMENT CAPILA (CERITA PAGI DAN LAGU)
06.32 – 06.36	Lagu Hits (Indonesia Recurrent)
06.36 – 06.36	Bridging ID PENDEK (5 / 1)
06.36 – 06.40	Lagu Hits (Indonesia Current)
06.40 – 06.40	BUMPER MUSIC ID
06.40 – 06.44	Lagu Hits (Barat Recurrent)
06.44 – 06.45	VO (4)  CLOSING CAPILA
06.45 – 06.49	Lagu Hits (Indonesia Recurrent)
06.49 – 06.49	Bridging ID PENDEK (5 / 1)
06.49 – 06.53	Lagu Hits (Indonesia Current)
06.53 – 06.55	IKLAN 1 & 2
06.55 – 06.59	Lagu Hits (Indonesia Recurrent)
06.59 – 07.00	ID PERGANTIAN JAM

07.00 – 07.00	ID 90'S
07.00 – 07.04	Lagu Hits (Barat 90'S)
07.04 – 07.09	VO (1)
	HEADLINE NEWS PORTAL ONLINE
07.09 – 07.013	Lagu Hits (Indonesia Recurrent)
07.13 – 07.13	Bridging ID PENDEK (5 / 1)
07.13 – 07.17	Lagu Hits (Indonesia Current)
07.17 – 07.21	BUMPER MUSIC ID
07.21 – 07.25	Lagu Hits (Barat Current)
07.25 – 07.30	VO (2)
	Live Report Restu Muliamda
	ILAL (Informasi Lalu Lintas ) TRAFFIC
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bridging tentang situasi lalu Lintas</li> <li>• Bumper In Traffic ILAL</li> <li>• Reporter melaporkan</li> <li>• Bumper Out Traffic ILAL</li> </ul>
07.30 – 07.30	Id 90's
07.30 – 07.34	Lagu Hits (Barat 90's)
07.34 – 07.34	Bridging ID PENDEK (5 / 1)
07.34 – 08.38	Lagu Hits (Indonesia Recurrent)
07.38 – 07.40	Iklan
07.40 – 07.44	Lagu Hits (Indonesia Current)
07.44 – 07.44	Bridging ID PENDEK (5 / 1)
07.44 – 07.48	Lagu Hits (Barat Recurrent)
07.48 – 07.51	VO (3)
	Laporan Cuaca by BMKG IV Wilayah Sulsel
07.51 – 07.55	Lagu Hits (Indonesia Current)
07.55 – 07.57	Slot Iklan ( Bumper Out Iklan, Iklan 1, Iklan 2, Bumper In Iklan)
07.57 – 08.00	Lagu Hits (Indonesia Recurrent)
08.00 – 08.00	ID 90's
08.00 - 08.04	Lagu Hits (Barat 90's)
08.04 – 08.07	VO (1)
	Topik <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bridging Topik</li> <li>• Precon</li> <li>• Angle Topik</li> <li>• Share Ke Shabat Bharata via WA / Medsos</li> </ul>
08.07 – 08.11	Lagu Hits (Indonesia Recurrent)
08.11 – 08.11	Bridging ID PENDEK (5 / 1)
08.11 – 08.15	Lagu Hits (Indonesia Current)
08.15 – 08.17	IKLAN
08.17 – 08.21	Lagu Hits (Barat Current)
08.21 – 08.22	VO (2)

	<b>DATA 1 (ARTIKEL TENTANG TOPIK YANG DIBAHAS)</b>
08.22 – 08.26	Lagu Hits (Indonesia Recurrent)
08.26 – 08.26	Bridging ID PENDEK (5 / 1)
08.26 – 08.30	Lagu Hits (Indonesia Current)
08.30 – 08.30	ID 90'S
08.30 – 08.34	Lagu Hits (Barat 90's)
08.34 – 08.35	VO (3)
	<b>DATA 2 (OPINI SAHABAT VIA WA &amp; MEDSOS)</b>
08.35 – 08.39	Lagu Hits (Indonesia Recurrent)
08.39 – 08.41	Bridging ID PENDEK (5 / 1)
08.41 – 08.45	Lagu Hits (Indonesia Current)
08.45 – 08.47	IKLAN
08.47 – 08.51	Lagu Hits (Barat Recurrent)
08.51 – 08.52	VO (4)
	<b>OPINI SAHABAT / (NARSUM PENYIAR KEPOT) VIA TELEPON</b>
08.52 – 08.56	Lagu Hits (Indonesia Recurrent)
08.56 – 08.56	Bridging ID PENDEK (5 / 1)
08.56 – 09.00	Lagu Hits (Indonesia Current)
09.00 – 09.01	ID Pergantian Jam
09.01 – 09.01	ID 90's
09.01 – 09.05	Lagu Hits (Barat 90's)
09.05 – 09.06	VO (1)
	<b>Bridging Insert CILUPA</b>
09.06 – 09.11	INSERT CILUPA
09.11 – 09.15	Lagu Hits (Indonesia Recurrent)
09.15 – 09.15	Bridging ID PENDEK (5 / 1)
09.15 – 09.18	Lagu Hits (Indonesia Current)
09.18 – 09.20	IKLAN
09.20 – 09.24	Lagu Hits (Barat Current)
09.24 – 09.24	Bridging ID PENDEK (5 / 1)
09.24 – 09.28	Lagu Hits (Indonesia Recurrent)
09.28 – 09.31	SEGMENT BELAJAR ISLAM (TELPON PAK USTAD)
09.31 – 09.31	Id 90'S
09.31 – 09.35	Lagu Hits (Barat 90's)
09.35 – 09.35	Bridging ID PENDEK (5 / 1)
09.35 – 09.39	Lagu Hits (Indonesia Recurrent)
09.39 – 09.42	Iklan
09.42 – 09.46	Lagu Hits (Indonesia Current)
09.46 – 09.46	Bridging ID PENDEK (5 / 1)
09.46 – 09.50	Lagu Hits (Barat Recurrent)
09.50 – 09.52	VO (4) closing
09.52 – 09.53	Closing Tune Sarapan Pagi
09.53 – 09.56	Lagu Hits (Indonesia Recurrent)
09.56 – 09.56	ID 90's
09.56 – 09.00	Lagu Hits (Barata 90's)
09.00 – 09.01	ID Pergantian Jam

Dengan hormat, Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Faisal Tjakute S.E.**  
Alamat : JL.Kumala No 40 Makassar  
Jabatan : Station Manager

Dengan Ini Menerangkan Bahwa Telah Memberi Izin Kepada :

Nama : Nur Anisah  
Tempat, Tanggal Lahir : Kendari 2 Mei 1995  
NIM : 50100114046  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Jl.Muh.Yasin Limpo No 36 Samata Gowa

Telah melakukan proses penelitian dan pengumpulan data dalam rangka penyusunan tugas akhir yang berjudul :

***“ STRATEGI CREATIVE ASSISTANT BHARATA RADIO MAKASSAR DALAM MEINGKATKAN KUALITAS PROGRAM SARAPAN PAGI “***

Yang dilaksanakan pada : Bulan April-Mei 2018

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya .

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
**ALAUDDIN**  
M A K A S S A R

Makassar 20 April 2018

MENYETUJUI :



**FAISAL TJAKUTE, S.E.**  
STATION MANAGER



Nomor : B-3033 DU.VPP.009/IV/2018  
Sifat : Biasa  
Lamp : -  
Hal : Permohonan Izin Penelitian

Samata-Gowa, 12-April 2018

Kepada  
YTH. . Bapak Gubernur Sulawesi-Selatan  
Cq. Kepala UPT, P2T, BKPM, Prov. Sul-Sel

Di -  
Tempat

*Assalamu Alaikum Wr. Wb*

Dengan hormat disampaikan bahwa mahasiswa UIN Alauddin Makassar yang tersebut namanya dibawah ini :

Nama : Nur Anisah  
NIM : 50100114046  
Tingkat/Semester : VIII (Delapan)  
Fakultas /Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Alamat : Samata Gowa

Bermaksud melakukan penelitian dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul **"Strategi Creative Assistant Radio Bharata Makassar Dalam Meningkatkan Kualitas Program Sarapan Pagi"**. sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana

Dosen pembimbing : 1. Dr. Irwanti Said, M.Pd  
2. Andi Muh. Idham, S.Sos., MM., M.I.Kom

Untuk maksud tersebut kami mengharapkan kiranya mahasiswa yang bersangkutan dapat diberikan izin untuk mengadakan penelitian di **Radio Bharata 95,2 FM Makassar** dari tanggal 16 April s/d 16 Mei 2018 sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana.

Demikian, atas kerja samanya diucapkan terima kasih.

Wassalam

An. Dekan,

Wakil Dekan I Bidang Akademik



Dr. H. Mubahuddin, M.Ag

NIP. 1970 1208 2000031 001

*Tembusan*

- 1) Rektor UIN Alauddin Makassar ( sebagai ) Laporan
- 2) Mahasiswa yang bersangkutan
- 3) Arsip





1 2 0 1 8 1 9 1 4 2 4 5 8 8

PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
BIDANG PENYELENGGARAAN PELAYANAN PERIZINAN

Nomor : 4518/S.01/PTSP/2018  
Lampiran :  
Perihal : Izin Penelitian

KepadaYth.  
Pimpinan Radio Bharata FM Makassar

di-  
**Tempat**

Berdasarkan surat Dekan Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar Nomor : B.3033/DU.I/TL.00/04/2018 tanggal 12 April 2018 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : **NUR ANISAH**  
Nomor Pokok : 50100114046  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa(S1)  
Alamat : Jl. Muh. Yasin Limpo No. 36 Samata, Sungguminasa-Gowa

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka penyusunan Skripsi, dengan judul :

**" STRATEGI CREATIVE ASSISTANT RADIO BHARATA MAKASSAR DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PROGRAM SARAPAN PAGI "**

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. 16 April s/d 16 Juni 2018

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

**ALAUDDIN**

Diterbitkan di Makassar  
Pada tanggal : 16 April 2018

A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN  
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU  
PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN  
Selaku Administrator Pelayanan Perizinan Terpadu



**A. M. YAMIN, SE., MS.**  
Pangkat I Pembina Utama Madya  
Nip : 19610513 199002 1 002

Tembusan Yth

1. Dekan Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar di Makassar;
2. Peringgal.

SIMAP PTSP 16-04-2018



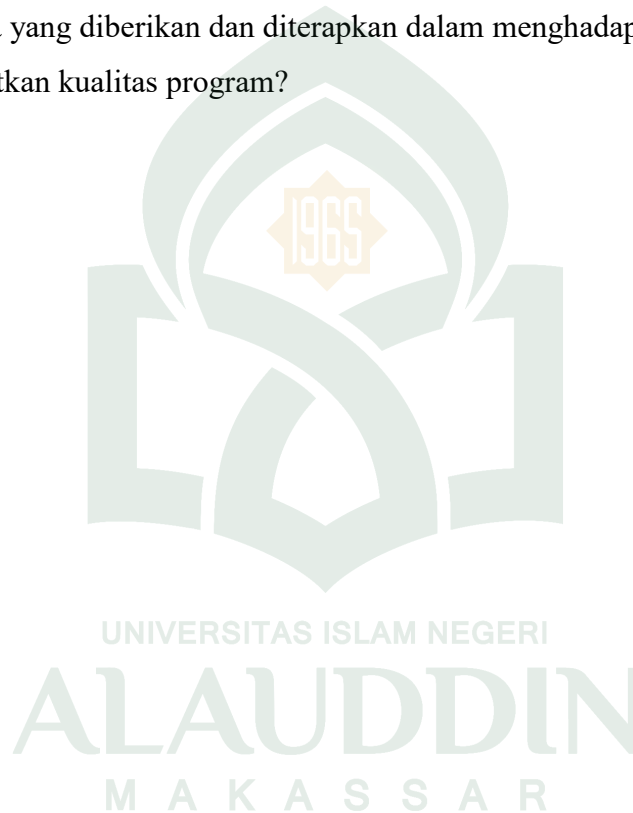
Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936  
Website : <http://p2tbpmd.sulselprov.go.id> Email : [p2t\\_provysulsel@yahoo.com](mailto:p2t_provysulsel@yahoo.com)  
Makassar 90222



## **PEDOMAN WAWANCARA**

### **A. Produser Bharata Radio Makassar**

1. Strategi apa saja yang dilakukan oleh Produser dalam meningkatkan kualitas Program Sarapan Pagi?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam peningkatan kualitas program?
3. Siapa saja yang menjalankan atau bertanggung jawab penuh untuk operasional strategi kreatif dalam peningkatan kualitas program?
4. Solusi apa yang diberikan dan diterapkan dalam menghadapi hambatan dalam meningkatkan kualitas program?



## PEDOMAN WAWANCARA

### B. *Program Director* (PD) Bharata Radio

1. Strategi apa saja yang dilakukan oleh *Program Director* dalam meningkatkan kualitas program sarapan pagi?
2. Bagaimana menyusun strategi kreatif pada program ini?
3. Apa saja hambatan-hambatan dalam menerapkan strategi dalam peningkatan kualitas program?
4. Apakah strategi yang berjalan dapat mempertahankan pendengar?
5. Apakah pertimbangan *Program director* dalam menentukan penyiar pada program sarapan pagi?



## PEDOMAN WAWANCARA

### C. *Creative Assistant* (CA) Program Sarapan Pagi Bharata Radio

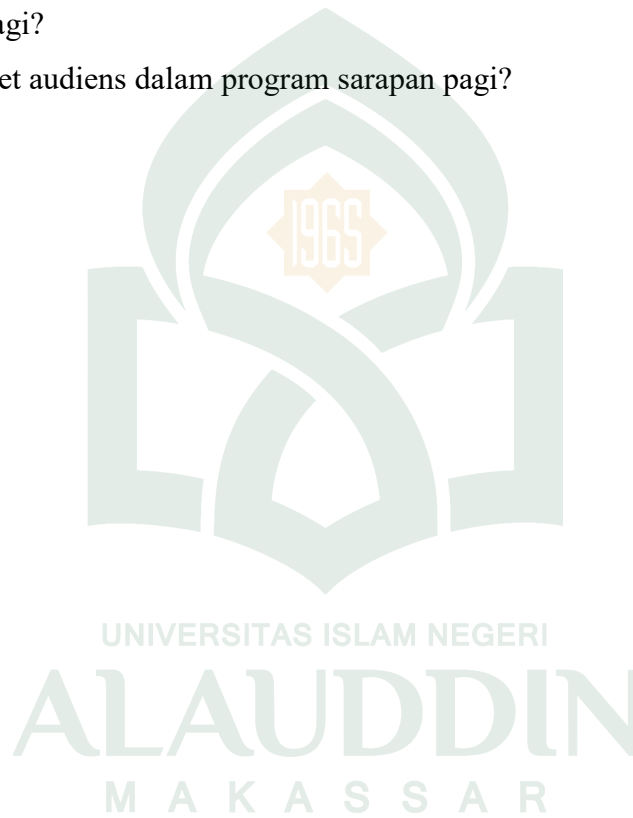
1. Bagaimana respon pendengar terhadap konten siaran program sarapan pagi?
2. Menurut CA, apakah kualitas siaran penyiar telah memenuhi standar?
3. Berapa kali CA mengadakan evaluasi pada program dan crew?
4. Apa saja perubahan atau pertimbangan yang terjadi dari awal siaran hingga saat ini?
5. Apakah tujuan diadakannya program ini?
6. Apakah latar belakang dibentuknya program ini?



## **PEDOMAN WAWANCARA**

### **D. Penziar Program Sarapan Pagi**

1. Apa saja konten materi yang disampaikan dalam program sarapan pagi?
2. Bagaimana cara menyampaikan materi program yang sesuai dengan kebutuhan pendengar?
3. Bagaimana strategi penziar untuk meningkatkan kualitas program sarapan pagi?
4. Kendala apa yang dihadapi penziar dalam peningkatan kualitas program sarapan pagi?
5. Siapa target audiens dalam program sarapan pagi?



## PEDOMAN WAWANCARA

### E. Pendengar Bharata Radio

1. Apakah Program yang anda sukai?
2. Apakah yang anda sukai dari program tersebut?
3. Bagaimana pembawaan penyiar pada program tersebut?
4. Pada penelitian penulis, terdapat 11 strategi dalam meningkatkan kualitas program (**Evaluasi, SDM, teamwork, CA, Format program, musik, punching line, tune & bumper, interaktif program, penyimpanan sumber program dan daya penarik massa**) apakah strategi ini diperlukan dan memberi efek terhadap pendengar ataupun program?
5. Dari strategi yang disebutkan di atas, manakah strategi utama yang sangat diperlukan dalam peningkatan kualitas program?

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama : Nur Anisah  
Temat/tgl lahir : Kendari, 2 Mei 1995  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Judul penelitian : Strategi *Creative Assistent* Bharata Radio Makassar dalam Meningkatkan Kualitas Program Sarapan Pagi
2. Nama Informan : Sri Dewi  
Jabatan : Pendengar  
Umur : 23 thn  
Pendidikan : S1  
Alamat : Jln. Kalkatua

Dengan ini menyatakan bahwa masing-masing pihak (peneliti dan informan) telah mengadakan kesepakatan wawancara dalam rentang waktu yang telah ditentukan sebelumnya terhitung dari bulan April-Mei 2018 yang disesuaikan dengan kondisi dan ketersediaan waktu informan. Demikian keterangan wawancara ini saya berikan untuk sebagaimana mestinya.

Makassar, 20 April 2018

Informan



Peneliti



Nur Anisah

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama : Nur Anisah  
Temat/tgl lahir : Kendari, 2 Mei 1995  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Judul penelitian : Strategi *Creative Assistent* Bharata Radio Makassar dalam Meningkatkan Kualitas Program Sarapan Pagi
2. Nama Informan : *Muhammad Bayu*  
Jabatan : *Pendengar*  
Umur : *21 tahun*  
Pendidikan : *S1*  
Alamat : *Kaka tua*

Dengan ini menyatakan bahwa masing-masing pihak (peneliti dan informan) telah mengadakan kesepakatan wawancara dalam rentang waktu yang telah ditentukan sebelumnya terhitung dari bulan April-Mei 2018 yang disesuaikan dengan kondisi dan ketersediaan waktu informan. Demikian keterangan wawancara ini saya berikan untuk sebagaimana mestinya.

Makassar, 20 April 2018

Informan



Peneliti

  
Nur Anisah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

ALAUDDIN  
MAKASSAR



## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama : Nur Anisah  
Tempat/tgl lahir : Kendari, 2 Mei 1995  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Judul penelitian : Strategi Creative Assistent Radio Bharata Makassar dalam Meningkatkan Kualitas Program Sarapan Pagi
2. Nama Informan : DODY KURNIAWAH ASMAH S.Sos  
Jabatan : Penyalur  
Umur : 28  
Pendidikan : Strata 2  
Alamat : Hartono Indah V/1/3

Dengan ini menyatakan bahwa masing-masing pihak (peneliti dan informan) telah mengadakan kesepakatan wawancara dalam rentang waktu yang telah ditentukan sebelumnya terhitung dari bulan April-Mei 2018 yang disesuaikan dengan kondisi dan ketersediaan waktu informan. Demikian keterangan wawancara ini saya berikan untuk sebagaimana mestinya.

Makassar, 20 April 2018

Informan

Peneliti

SEKRETARIS PROGRAM  
& ADMIN TRAFFIC

Dody

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

ALAUDDIN  
MAKASSAR

Nur Anisah

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama : Nur Anisah  
Temat/tgl lahir : Kendari, 2 Mei 1995  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Judul penelitian : Strategi *Creative Assistant* Radio Bharata Makassar dalam Meningkatkan Kualitas Program Sarapan Pagi
2. Nama Informan : Firza Bahasran  
Jabatan : Program Director  
Umur : 36  
Pendidikan : S1  
Alamat : Jl. H. M. Yasin UNPD

Dengan ini menyatakan bahwa masing-masing pihak (peneliti dan informan) telah mengadakan kesepakatan wawancara dalam rentang waktu yang telah ditentukan sebelumnya terhitung dari bulan April-Mei 2018 yang disesuaikan dengan kondisi dan ketersediaan waktu informan. Demikian keterangan wawancara ini saya berikan untuk sebagaimana mestinya.

Makassar, 20 April 2018

Informan

SEKRETARIS PROGRAM  
& ADMIN TRAFFIC

Firza Bahasran

Peneliti

Nur Anisah

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama : Nur Anisah  
Temat/tgl lahir : Kendari, 2 Mei 1995  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Judul penelitian : Strategi *Creative Assistant* Radio Bharata Makassar dalam Meningkatkan Kualitas Program Sarapan Pagi
2. Nama Informan : *Unirma M. Taufik*  
Jabatan : *Creative Assistant*  
Umur : *30*  
Pendidikan : *S1*  
Alamat : *Jl. Rambuji 1 Makassar*

Dengan ini menyatakan bahwa masing-masing pihak (peneliti dan informan) telah mengadakan kesepakatan wawancara dalam rentang waktu yang telah ditentukan sebelumnya terhitung dari bulan April-Mei 2018 yang disesuaikan dengan kondisi dan ketersediaan waktu informan. Demikian keterangan wawancara ini saya berikan untuk sebagaimana mestinya.

Makassar, 20 April 2018

Informan

Peneliti

SEKRETARIS PROGRAM  
& ADMIN TRAFFIC

*Unirma M. Taufik*  
UNIRMA M. TAUFIK

*Nur Anisah*  
Nur Anisah

## Kantor Bharata Radio 95.2 FM Makassar





## Ruang Siaran Bharata Radio



**Logo Bharata Radio 95,2 Fm Makassar**



## Flayer Program Sarapan Pagi



**B** bharata 95.2FM  
Radio Peta Indonesia

**72**  
INDONESIA  
BERSAMA

**SARAPAN PADI**  
CAKAR  
Serita Karyawan

Rabu,  
30 Agustus 2017  
08:00 WITA

Skill apa  
yang harus dimiliki  
untuk survive  
di dunia kerja ?

Waguhsterbaik  
www.bharataradio.com

Google Play App Store

**B** bharata 95.2FM  
Radio Peta Indonesia

**SPECIAL CHOICE**

Rabu,  
19 Juli 2017

**Yuka**  
Single Release  
**Senja Yang Baru**

Waguhsterbaik  
www.bharataradio.com

Google Play App Store



## Proses Siaran Program Sarapan Pagi





## **Dokumentasi Wawancara**



**Wawancara bersama Program Director Bharata Radio**





**Wawancara bersama Creative Assistant Bharata Radio**



**Wawancara bersama Penyiar Bharata Radio**



## RIWAYAT HIDUP

**Nur Anisah** adalah nama lengkap dari penulis.

Lahir di Kendari, 02 Mei 1995. Penulis adalah anak

ketiga dari pasangan H. Mansyur dan Hj. Hasna.

Penulis menempuh pendidikan dimulai dari TK

Islam, kemudian SD 08 Mandonga Kendari, kemudian melanjutkan pendidikan

di Pondok Modern Darussalam Gontor Putri selama 7 tahun, dan pada tahun 2014

Penulis melanjutkan pendidikan di UIN Alauddin Makassar dengan Jurusan

Komunikasi dan Penyiaran Islam. Selama kuliah, penulis bergabung pada

komunitas I-brand pada bidang Public Speaking angkatan ke tiga tahun 2015.

2016, saya diamanahkan menjadi Bendahara Umum Komunitas I-brand.

Selain bergabung pada komunitas I-brand, penulis juga bergabung menjadi salah

satu *Crew* di Radio Syiar 107.1 FM sebagai *Announcer*, penulis mendapatkan

banyak ilmu, dan pengalaman yang jarang didapatkan dibangku perkuliahan.

Motivasi terbesar penulis adalah menjadi anak yang bisa

membahagiakan kedua orang tua dan bisa bermanfaat bagi orang lain dengan

cara terus bersungguh- sungguh dalam berusaha dan senantiasa berdoa kepada

Allah swt. Akhir kata, penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat dan

bernilai positif dikalangan masyarakat.